

gennaio-febbraio 2012

# L'Imprenditore

  
CONFINDUSTRIA  
Piccola Industria

**14**  
**INCHIESTA**  
Vino: "spirito  
vincente"

**32**  
**FIERE**  
Potenziare il gioco  
di squadra

**41**  
**EXPO 2015**  
Il segno  
della ripartenza

**COOPERAZIONE  
E INTEGRAZIONE  
PER LO SVILUPPO**

FINANZIAMENTI ALLE IMPRESE PER LA SICUREZZA DEI LAVORATORI

# CON GLI INCENTIVI INAIL COSTRUISCI IL FUTURO DELLA TUA IMPRESA.

**INAIL**  
A LAVORO CON TE

L'Inail mette a disposizione **205 milioni** di euro per aiutare le imprese a realizzare ambienti di lavoro sempre più sicuri. Su [www.inail.it](http://www.inail.it) trovi il **nuovo bando** e hai tempo **fino al 7 marzo** per inserire online il tuo progetto: se ha le caratteristiche previste puoi partecipare alla **fase successiva** di invio telematico della domanda. I **finanziamenti**, a fondo perduto, vengono assegnati secondo l'**ordine cronologico** di invio e **fino ad esaurimento**. Il contributo, per il **50%** dell'investimento per un massimo di **100 mila euro**, viene erogato dopo la **verifica tecnica** dei progetti presentati e la relativa realizzazione.

Per saperne di più vai su [www.inail.it](http://www.inail.it)



ASSICURAZIONE E PROTEZIONE

RIABILITAZIONE E REINSERIMENTO

PREVENZIONE E SICUREZZA

# L'

# mprenditore



CONFINDUSTRIA  
Piccola Industria

## SOMMARIO

### Direttore responsabile

Giovanni Paolo Ciravegna

### Direttore editoriale

Giuseppe Magri

### Direttore

Fausto Aquino

### Vice direttori

Andrea Milano, Delio Napoleone

### Comitato di direzione

Franco Bocchini, Renato Cifarelli,  
Romano dalla Chiesa, Michele De Sio,  
Mauro Gola, Cosimo Romano,  
Giuseppe Seminara

### Coordinamento redazionale

Paola Centi

imprenditore@confindustria.it  
www.confindustria.it

### Editore

Servizio Italiano Pubblicazioni  
Internazionali SIPI spa

### Presidente

Daniel Kraus

### Amministratore Delegato

Luigi Paparoni

Viale Pasteur, 6 - 00144 Roma  
tel. 065920509 - fax 065924819

### Concessionaria di pubblicità

Il Sole 24 ore Spa - System  
Milano - Via Monte Rosa, 91 - tel. 0230223770  
Agente nazionale - H.P. 10 Srl  
Milano - Via A. Verga 12 - tel. 0248003799



ASSOCIATO A  
A.N.E.S.



Aut. Tribunale di Roma n.138  
del 29 gennaio 1949

### Progetto grafico e impaginazione

Crea Identity srl

### Stampa

Amadeus Industria Poligrafica Europea  
S.S. Nettunense, Km 7,347 - 00040 Ariccia (Rm)

### Foto

Agenzia Sintesi, Archivi Alinari, Contrasto,  
Studio Franceschin, Tips Images  
In copertina: particolare del soffitto del  
Palazzo dell'Onu a Ginevra  
realizzato da Miquel Barcelo - 2008

### Finito di stampare

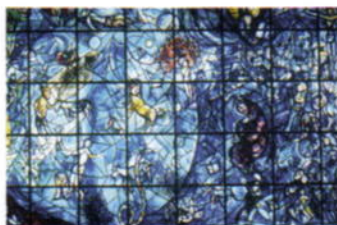
27 febbraio 2011

## EDITORIALE

3 Reputazione, credibilità,  
responsabilità

di Andrea Milano

## PRIMO PIANO



5 Cooperare non serve  
solo alla pace

Intervista ad Andrea Riccardi

8 Evangelizzare il sociale

A colloquio con il Cardinale  
Renato Raffaele Martino  
di Romano dalla Chiesa

10 Immigrazione,  
coesione e sviluppo

di Davide Girardi



## INCHIESTA



14 "Spirito" vincente

Intervista a Lamberto Vallarino Gancia  
di Giulia Avallone

18 Trascinati dall'export

di Ottavio Cagiano de Azevedo

20 Il codice Masciarelli

di Valeria Del Grosso

24 La gioia in un sorso

Intervista a Natale Braile  
di Monica Perri



## ABBONAMENTI

Nome	
Cognome	
Indirizzo	
Cap	Città
Provincia	Stato
Data	Firma

### MODALITÀ DI PAGAMENTO

Assegno non trasferibile    Versamento sul c/c postale

Accenso al trattamento dei dati personali in base alla legge 675/96 art.13 per fini strettamente commerciali

SI     NO

Firma

Gli inserzionisti di questo numero:

Bologna fiere, Cesena fiere, Comark, Cosmit, Crea Identity, Cuoa, Ferrara fiere, Inail, Magnetti, Monaco fiere, Pedrollo, Ucina

### ABBONAMENTI

PER 10 NUMERI Euro 37,00  
PER L'ESTERO Euro 47,00

Gli abbonamenti decorrono dal gennaio di ciascun anno. All'atto della sottoscrizione è comunque facoltà dell'abbonato richiedere una diversa data di decorrenza o l'invio dei fascicoli arretrati. I fascicoli non pervenuti devono essere reclamati dall'abbonato non appena ricevuto il fascicolo successivo. Dopo tale termine l'ufficio abbonamenti provvede alla spedizione solo contro rimessa dell'importo. Per cambio di indirizzo si prega di allegare alla comunicazione di variazione la targhetta del fascicolo pervenuto.

Per abbonarvi inviate la cedola a:  
LICOSA S.P.A.  
VIA DUCA DI CALABRIA 1/1 - 50125  
FIRENZE FAX 055.641257 - TEL. 055.64831

## FIERE

### 28 Occhi aperti sul mondo

A colloquio con Ettore Riello

di Silvia Tartamella

### 32 Potenziare il gioco di squadra

Intervista a Gian Domenico Auricchio

### 34 Cambiare strategia

di Francesca Golfetto

## EXPO 2015

### 41 Il segno della ripartenza

A colloquio con Diana Bracco

di Giuseppe Magri



## ATTUALITÀ

### 44 150 anni di storia del cemento

Intervista a Alvise Zillo Monte Xillo



### 48 Protagonisti di un nuovo dibattito culturale

A colloquio con Mauro Maccauro

di Chiara Santarelli

### 50 Manager di qualità per le piccole imprese

di Martina Mondelli



### 52 Nuovi mondi, nuovi modi

di Ely Szajkowicz

### 55 Alessandro Benetton, Imprenditore dell'Anno

di Sergio Torrisi

# Reputazione, credibilità, RESPONSABILITÀ

di Andrea Milano



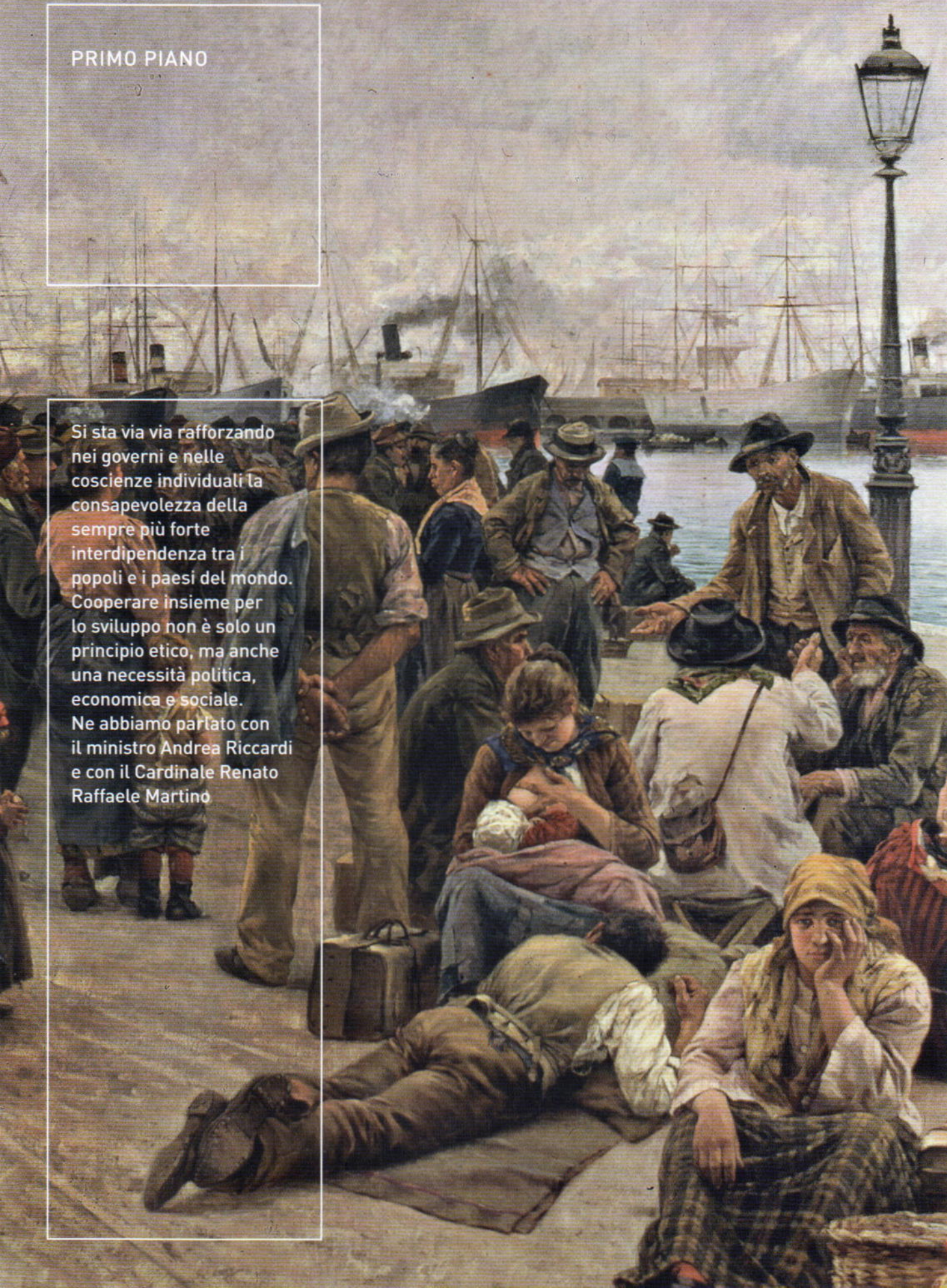
**M**i ha alquanto sorpreso venire a sapere che alcune compagnie di assicurazioni stanno studiando nuove polizze, o addirittura le hanno già immesse sul mercato, per coprire i danni derivanti alla reputazione, di una persona o di un soggetto giuridico, da comportamenti fuori controllo assunti da terzi, ad esempio sul web. Salvo dimostrare che un valore così immateriale possa esser stato compromesso, e in che misura ciò sia avvenuto, si può dunque assicurare la propria reputazione.

Non altrettanto, credo, si può fare per quanto riguarda la propria credibilità: essere credibili, e continuare ad esserlo, dipende da noi stessi e dalla capacità di essere conseguenti nei comportamenti rispetto alle nostre enunciazioni e alle aspettative degli altri. Quanto abbia pesato in tempi recenti la scarsa o nulla credibilità del nostro paese, indotta dalla scarsa o nulla credibilità della classe dirigente politica, è ricordo troppo vivo in tutti noi per essersi sbiadito. Che cosa ci ha consentito il recupero che finalmente, e tutto sommato abbastanza velocemente, ci ha riportato al centro dell'attenzione europea e mondiale? A parte non trascurabili comportamenti personali improntati finalmente alla serietà, nient'altro che iniziare ad applicare concretamente le ricette prima solo formulate: ci siamo dunque dimostrati credibili.

Per la responsabilità, infine, è noto che esistono norme di legge che la regolano e molteplici possibilità di tutelarsi a fronte di altrui comportamenti negativi. Ma prima degli obblighi giuridici esiste una responsabilità morale che ognuno dovrebbe applicare ai propri comportamenti, come individuo, come entità politica o come soggetto imprenditoriale. La miglior assicurazione che possiamo stipulare, dal punto di vista della responsabilità, è con noi stessi: tornare, tutti, ad assumere atteggiamenti responsabili e cercare di valutare preventivamente le conseguenze che la nostra condotta può avere nei confronti di ognuno degli interlocutori, correggendola per evitare di arrecare danni. Si tratti del singolo cittadino, del rappresentante istituzionale, del soggetto politico o dell'imprenditore, a nessuno possiamo più consentire l'irresponsabilità. ■

## PRIMO PIANO

Si sta via via rafforzando nei governi e nelle coscienze individuali la consapevolezza della sempre più forte interdipendenza tra i popoli e i paesi del mondo. Cooperare insieme per lo sviluppo non è solo un principio etico, ma anche una necessità politica, economica e sociale. Ne abbiamo parlato con il ministro Andrea Riccardi e con il Cardinale Renato Raffaele Martino



# Cooperare non serve solo ALLA PACE

**A**ndrea Riccardi è un accademico – ordinario di storia contemporanea all'università di Roma Tre – uno storico della Chiesa moderna e contemporanea e il fondatore, nel 1968, della Comunità di Sant'Egidio. Uno studioso prestato alla politica.

Dallo scorso novembre, infatti, è uno dei Ministri del governo Monti con la responsabilità di un dicastero che prima non c'era: quello per la Cooperazione internazionale e l'integrazione. Un terreno nuovo, nel quale però Riccardi si muove con competenza da anni.

Lo abbiamo incontrato per capire come è possibile agire in un contesto così difficile, tra la paura del 'diverso' e la necessità di portare a compimento un vero percorso di integrazione tra i popoli.

## Qual è il ruolo della cooperazione internazionale nella politica estera di un paese?

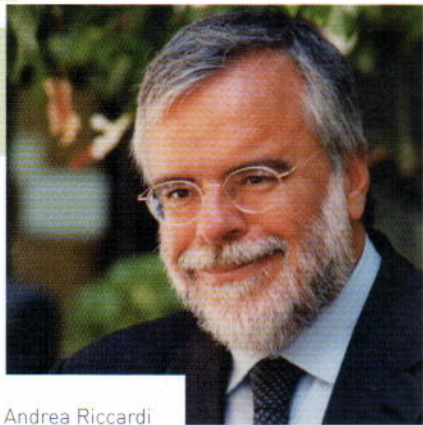
La cooperazione è uno degli elementi principali che definisce la credibilità di un paese a livello internazionale. Ma è anche un fattore decisivo della politica estera. Attraverso la cooperazione, infatti, si incide nelle dinami-



che della globalizzazione: si rafforzano legami e amicizie, si produce sicurezza, si creano opportunità economiche, si gettano le condizioni per la pace. Da noi, in Italia, da molti anni è stato sottovalutato il valore aggiunto che la cooperazione porta con sé. C'è al-

lora un trend da invertire con creatività e innovazione. C'è una cultura della cooperazione da rilanciare e ripensare.

La non-cooperazione italiana ha dei costi. I nostri rappresentanti nei ►



Andrea Riccardi

“Dobbiamo lavorare affinché si creino occasioni di integrazione e di rispetto reciproco tra le diverse comunità presenti nel nostro paese”

consessi internazionali si sentono spesso rimproverare per il mancato rispetto degli impegni presi. In molte zone del mondo, la nostra presenza è ai minimi storici. E alcune azioni di politica internazionale vengono rallentate per il mancato sostegno da parte di quei paesi con cui si è chiusa la nostra cooperazione.

Bisogna assumersi questo problema: la cooperazione non è solo una questione morale, ma anche politica ed economica.

**Negli anni l'Italia ha ridotto le risorse. Come spiegare all'opinione pubblica l'importanza di destinare fondi a questo settore in un momento di ristrettezze economiche? Quali ricadute positive vi sono per l'Italia?**

La nostra cooperazione vive – è sotto gli occhi di tutti – un momento di crisi. Una crisi che ha radici lontane. Negli anni Ottanta eravamo attivi in tutta l'Africa e in gran parte dell'America latina, anche in sinergia con le imprese italiane.

Certo, non tutto funzionava per il meglio: era la stagione degli aiuti a pioggia che ha avuto aspetti discutibili e discussi. Ma allora la cooperazione italiana godeva di legittimità politica e di bilancio.

Dalla metà degli anni Novanta l'aiuto pubblico allo sviluppo è diminuito. Sono più di quindici anni che gli aiuti in rapporto al Pil superano a fatica lo 0,2 per cento, contro una media dei partner europei pari allo 0,38-0,4 per cento. Nel 2010 abbiamo raggiunto un minimo storico (2,3 miliardi di euro) finendo al penultimo posto nella classifica dei paesi donatori.

Per il 2012, a legislazione vigente, le previsioni sono di un ulteriore pesante ribasso: soltanto lo 0,12 per cento. E il deficit non è solo quello delle risorse, ma anche quello delle idee. C'è bisogno di una visione strategica di lungo periodo. Per quanto riguarda il consenso, si sostiene spesso che l'opinione pubblica italiana non sia favorevole all'aiuto allo sviluppo, come ad esempio accade in Gran Bretagna.

In realtà, è vero il contrario. Secondo i risultati del sondaggio dell'Eurobarometro (fine 2011), il 64 per cento degli italiani è favorevole ad aumentare la quantità degli aiuti, e addirittura il 22 per cento vorrebbe andare oltre le promesse.

**Quali sono invece i benefici per i paesi che ricevono gli aiuti? Sono solo di tipo economico o vi sono altre opportunità?**

Ho parlato prima di deficit di idee, perché sono convinto che si debba considerare il capitolo cooperazione in un modo nuovo. Infatti, attraverso di essa si può dare un contributo alla stabilizzazione di tanti paesi, perché spesso sviluppo e democrazia vanno insieme.

Poi ci sono altre forme di cooperazione innovativa, di cui sarebbe opportuno cogliere la portata. Penso ai sistemi giudiziari, ai sistemi di protezione civile, di lotta alla criminalità e alle tossicodipendenze, alla salvaguardia dell'ambiente.

**L'Europa è sempre più un polo di attrazione per i popoli dell'Africa e del vicino Oriente, ma ogni Stato sembra affrontare la questione per conto proprio. Condivide tale opinione?**

Per anni la politica europea si è dibattuta tra la mancanza di interlocutori democratici sulla sponda Sud del Mediterraneo e gli effetti nefasti dell'esportazione della democrazia con le bombe. Ne risultavano scelte spesso ambigue, legate a un miope interesse nazionale e, talvolta, anche in competizione tra loro.

Mi sembra che l'Europa sia matura per affrontare una politica unitaria. Altrimenti non si va da nessuna parte. Nei miei recenti incontri a Bruxelles con i Commissari Viviane Reding e Cecilia Malmstrom ho riscontrato una grande sintonia e una comunanza di valori e principi ma, soprattutto, la disponibilità a mettere in campo risorse e aiuti per l'immigrazione e l'integrazione, da condividere in un'ottica di partenariato con i paesi africani e mediorientali.

**Gli immigrati rappresentano una fetta sempre più considerevole della popolazione italiana. Qual è il loro apporto all'economia e alla cultura del nostro paese?**

Gli immigrati non vanno visti più soltanto come una minaccia, ma anche come una grande opportunità.

La popolazione italiana in questi ultimi tempi è cresciuta solo grazie all'apporto dei figli degli immigrati. Senza di essi, il paese sarebbe condannato al declino demografico, che è sinonimo di declino economico.

Guardiamo altri dati: il 70 per cento dei lavoratori stranieri nel nostro paese ha aperto un conto in una banca italiana. Tre milioni e trecentomila persone hanno presentato regolare dichiarazione dei redditi, pagano le tasse e la previdenza.

Ma c'è un fatto che tutti noi sperimentiamo quotidianamente: ovvero quanto sia importante per i nostri figli, per i nostri anziani, per le nostre famiglie l'apporto di babysitter, badanti, collaboratori domestici provenienti da tutti gli angoli della Terra. A livello più generale, occorre ricor-



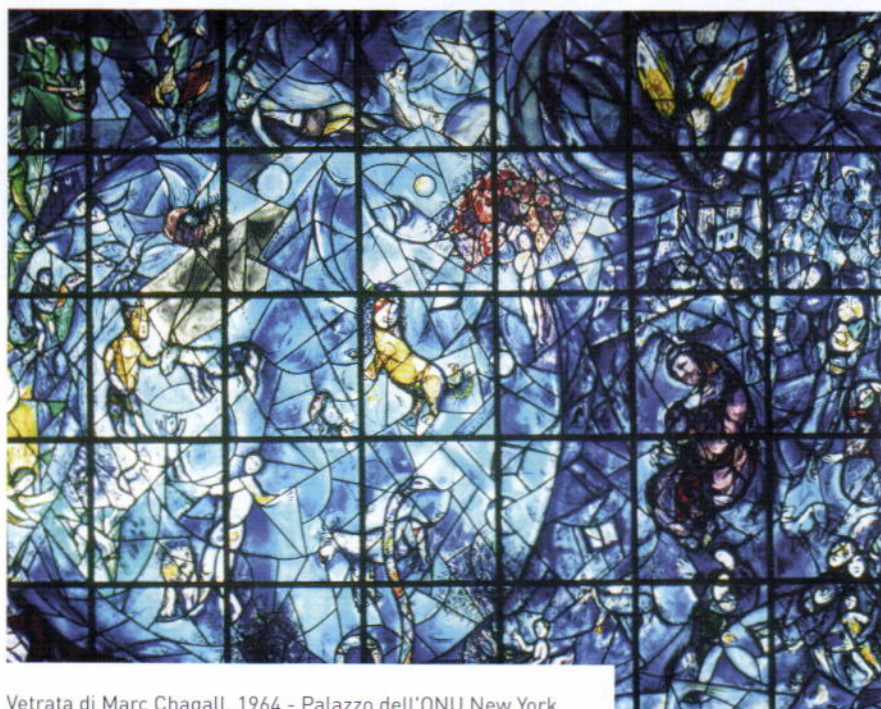
**Il 70% dei lavoratori stranieri ha aperto un conto in una banca italiana. Oltre 3.300.000 hanno presentato regolare dichiarazione dei redditi, pagano le tasse e la previdenza**

dare che le migrazioni sono fenomeni storici. Non si può guardare a esse con visione angusta.

Quello che si può fare è lavorare affinché nel nostro paese si creino occasioni di integrazione, di dialogo, di conoscenza e di rispetto reciproco con e tra le diverse comunità presenti. Se non cominciamo a lavorare fin da ora per una vera convivenza, il futuro potrebbe riservarci delle sorprese sgradite. (RdC) ■

# EVANGELIZZARE IL SOCIALE

di Romano dalla Chiesa



Vetrata di Marc Chagall, 1964 - Palazzo dell'ONU New York

## Per il Cardinale Martino gli immigrati sono una ricchezza e una risorsa per la crescita

**N**el corso della sua storia, la Chiesa non ha mai rinunciato a intervenire sulle questioni sociali, la più attuale delle quali è oggi l'immigrazione. Ne abbiamo parlato con Sua Eminenza il Cardinale Renato Raffaele Martino, presidente emerito del Pontificio Consiglio della Giustizia e della Pace e del

Pontificio Consiglio della Pastorale per i Migranti e gli Itineranti.

**In tema di cooperazione internazionale, come si concretizza il contributo della Chiesa cattolica?**

Le posso rispondere con grande concretezza: dopo monsignor Alberto Giovanetti e il cardinale Giovanni Cheli, nel 1986, ho infatti ricevuto

l'incarico di Osservatore permanente della Santa Sede presso le Nazioni Unite, dove sono rimasto per dodici anni, fino al 2002, quando subentrò l'arcivescovo Celestino Migliore. Oggi all'Onu svolge tale funzione l'arcivescovo Francis Assisi Chullikatt. Sono cinquantotto anni, dacché Paolo VI nel 1964 istituì la rappresentanza all'Onu, che siamo presenti.

La Santa Sede è anche presso l'Unesco, la Fao e nelle varie organizzazioni internazionali che hanno sede a Ginevra. È altresì membro, sin dalla fondazione, dell'Agenzia internazionale per l'energia atomica (Aiea), denunciando con fermezza l'uso di queste tecnologie a fini bellici, ma nel contempo auspicandone un utilizzo pacifico, a patto che, come ha affermato il Santo Padre, i pilastri sui quali si fonda la diffusione dell'energia nucleare a livello mondiale siano effettivamente la sicurezza e lo sviluppo alla causa della pace, della salute e della prosperità in tutto il mondo.

Nel corso della mia cinquantennale esperienza internazionale ho visitato 195 paesi su 205 esistenti, e mi sono adoperato perché si affermassero i principi base della dottrina sociale della Chiesa. Non sempre è stato possibile conseguire successo, nonostante gli sforzi profusi, ma abbiamo sempre agito con grande impegno, senza tralasciare alcuna strada.

Con il Segretario generale dell'Onu Javier Peréz De Cuellar, su esplicito mandato del Santo Padre, per esempio, mi sono adoperato nel 1991 affinché non scoppiasse il primo conflitto con l'Iraq. Alla fine, purtroppo, è prevalsa la linea della guerra a discapito di quella diplomatica indirizzata ovviamente alla pace.

Ancora, al Cairo, nel 1994, alla conferenza mondiale Popolazione e Sviluppo, lo scontro con i fautori del riconoscimento dell'aborto fu assai duro, ma la delegazione della Santa Sede da me presieduta, d'intesa con le delegazioni di 43 Stati riuscì a introdurre nel documento finale un articolo che ancora oggi vige e stabilisce che: "in nessun caso l'aborto può essere invocato come metodo di pianificazione familiare".

Non sono poi rari i casi in cui i rappresentanti di piccoli Stati, pur membri di diritto, facciano appello alla Santa Sede per ottenere un appoggio che spesso risulta determinante. Timor Est, per esempio, che quest'anno celebra i suoi primi dieci anni di indipendenza. Un caso che ascriverei senz'altro tra i successi del nostro operato, anche se purtroppo l'inviato dell'Onu Sergio Vieira de Mello che collaborò con me, fu barbaramente ucciso e ambienti di Al Qaeda indicarono in questo assassinio una punizione per aver sottratto Timor Est alla terra islamica.

Per concludere con un caso più recente: 'il pressante appello' del Santo Padre, a fronte delle drammatiche vicende che stanno scuotendo la Siria, affinché cessino le violenze e gli spargimenti di sangue e vengano privilegiati il dialogo e la riconciliazione come vie per la pace. Una soluzione, peraltro, auspicata da tutta la comunità internazionale.

### **Molti vedono l'immigrazione come un pericolo per la stabilità e la sicurezza, quali interventi adottare per favorire l'integrazione fra le diverse culture?**

Gli immigrati sono circa 4 milioni e rappresentano per l'Italia una ricchezza e una soluzione di crescita. E bisogna ricordare che svolgono anche attività e lavori 'umili' che gli italiani non vogliono più fare.

Non dobbiamo avere paura dell'immigrazione, troppo spesso intesa come un'emergenza da affrontare e un problema di sicurezza.

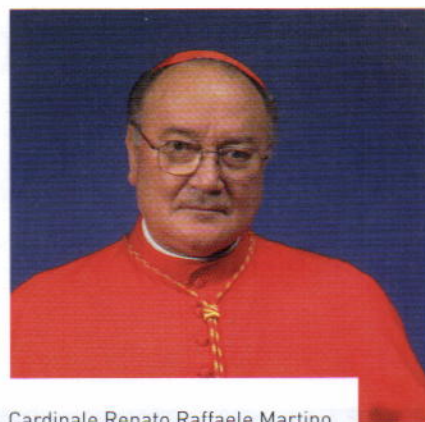
Quanto all'integrazione, occorre tener conto anche della fede religiosa di queste persone e costruire luoghi dove possano riunirsi e pregare serenamente. Se l'Italia ammette un immigrato deve accettarlo integralmente, includendolo nella vita civile, nel mondo del lavoro, nella sfera culturale e religiosa.

### **Con riferimento al dibattito sulla concessione della cittadinanza in base allo ius soli qual è la posizione della Chiesa cattolica?**

Occorre, a mio avviso, garantire la cittadinanza agli stranieri nati in Italia. D'altra parte lo Stato italiano, nella sua massima espressione, con il Presidente Giorgio Napolitano, si è pronunciato in tal senso. Gli stranieri che nascono nel nostro paese devono essere considerati cittadini a tutti gli effetti, con i diritti e i doveri che spettano loro.

### **Come si rapporta la Chiesa cattolica di fronte a una crisi che ha visto aumentare la soglia di povertà?**

Giovanni Paolo II mi conferì l'incarico di elaborare un Compendio della dottrina sociale della Chiesa, che vide nella fase preparatoria anche l'impegno del mio predecessore il cardinale Francois Xavier Nguyen Van Thuan,



Cardinale Renato Raffaele Martino

la cui malattia gli impedì di concludere la pubblicazione.

Nel corso della sua storia la Chiesa cattolica non ha mai rinunciato a dire la 'parola che le spetta' sulle questioni sociali, anche con riferimento al mondo del lavoro, profondamente trasformato da conquiste tecnologiche che ci hanno consentito di raggiungere straordinari livelli di qualità. Oggi, però, non possiamo non soffermarci anche sulla disoccupazione, sulle forme di precarietà e sul rilevante numero di nuovi poveri.

A riguardo, desidero citare un passaggio del Compendio della dottrina sociale da me richiamato, nel quale la Chiesa rivendica con forza il diritto a evangelizzare il sociale, ossia a far risuonare la parola liberante del Vangelo nel complesso mondo della produzione, del lavoro, dell'imprenditoria, della finanza, del commercio, della politica, della cultura e delle comunicazioni sociali. ■

# Immigrazione

## COESIONE E SVILUPPO

di Davide Girardi, Ricercatore Fondazione Nord Est



Secondo l'Istituto nazionale di statistica, le persone di origine straniera residenti in Italia hanno raggiunto nel 2011 una cifra pari a 4.570.317, il 7,5% dell'intera popolazione. A titolo di confronto, è interessante notare come tale quota fosse vent'anni fa (nel 1991) pari allo 0,9% sul totale dei residenti. Un simile raffronto è di per sé sufficiente a fornire la misura di quale sia stata l'evoluzione strutturale che ha coinvolto l'Italia, da paese d'emigrazione a grande paese d'immigrazione.

Se è vero, infatti, che le percentuali di presenza riferite al contesto italiano si sono avvicinate di recente a quelle riscontrabili in paesi come Germania, Francia e Regno Unito, il ritmo con il quale ciò è avvenuto è stato di grande rilievo; il transito dai cosiddetti 'pionieri', i primi migranti di sesso maschile giunti soli, all'immigrazione di tipo familiare, caratterizzata dal ricongiungimento di mogli e figli, è stato molto rapido.

L'immigrazione in Italia, oggi, rispecchia una popolazione equilibrata tanto in termini di genere, quanto in termini di generazione (con un'assoluta prevalenza delle coorti più gio-

vani). L'immigrazione femminile autonoma, inoltre, ha costituito un ulteriore punto qualificante della realtà italiana, con il ruolo sostanziale assunto dalle assistenti familiari nell'articolazione delle risorse di welfare. Dietro il termine immigrazione, invero, si cela un universo composito e plurale: le nazionalità rappresentate sono oltre 150 a livello nazionale, e la nazionalità stessa è di frequente un riferimento solo nominale che a propria volta sottende altre differenziazioni (ad esempio, di tipo religioso).

## Se il mercato del lavoro non avesse potuto contare su forze d'origine straniera, l'equilibrio complessivo del nostro sistema sociale sarebbe stato pregiudicato



Davide Girardi

Questo rapido affresco, tuttavia, restituisce solo parzialmente la centralità del fenomeno di cui qui si discute: gli immigrati, infatti, sono una forza sociale indispensabile ai fini della riproduzione della società italiana nel lungo periodo, e la società italiana ha dimostrato nel tempo una notevole capacità di inserimento degli immigrati nel proprio tessuto. Sono due processi, questi, poco scalfiti dai discorsi pubblici sull'immigrazione avvicendatisi nel corso degli anni, non di rado orientati a un tono allarmistico; da un punto di vista fattuale, il contributo che gli immigrati hanno fornito alla società italiana, e quello che quest'ultima ha reso disponibile ai primi, richiamano entrambi i concetti di coesione e sviluppo.

Sul primo versante, è noto come l'equilibrio demografico sia una precondizione del patto che viene a instaurarsi tra le generazioni. La popolazione di origine straniera, in tal senso, è stata imprescindibile perché ha bilanciato il progressivo assottigliamento delle coorti più giovani osservato presso la popolazione italiana. Se il mercato del lavoro non avesse potuto contare su forze lavoro come quelle d'origine straniera, dal settore manifatturiero agli ultimi sviluppi in quello dei servizi alla persona, l'equilibrio complessivo del sistema sociale sarebbe stato pregiudicato.

Il mercato del lavoro, infatti, necessita del ricambio generazionale che negli ultimi anni i lavoratori d'origine straniera hanno contribuito a rendere possibile, in ragione di un'età media sensibilmente inferiore rispetto a quella della più ampia popolazione italiana. Gli immigrati sono stati, allora, una fonte di coesione per la società italiana e, insieme, di sviluppo non solo economico. Più in generale, il corso di vita della popolazione italiana si rivela oggi intrecciato alla risorsa costituita dalle persone d'origine straniera: dall'infanzia, poiché i minori di origine straniera che frequentano le aule del nostro paese saranno gli italiani di domani (i minori costituiscono il 21,7% dell'intera popolazione d'origine straniera), fino agli ultimi anni di vita, poiché l'assistenza agli anziani e ai cosiddetti 'grandi anziani' sarebbe impensabile senza il contributo delle persone d'origine straniera impiegate nei servizi alla persona. ▶





# MBA Imprenditori

Master of Business Administration

**PART TIME**

NOVEMBRE 2012 - GIUGNO 2014

**7<sup>a</sup> EDIZIONE**

***Il master pensato per gli imprenditori, concretamente!***

*Per gestire con strumenti più efficaci.*

*Per portare l'azienda ai massimi risultati.*

*Per entrare in una comunità imprenditoriale attiva.*

*Per guardare lontano con sicurezza e con solide competenze.*

L'unico MBA pensato per **imprenditori**, loro **familiari**, **amministratori** e **soci**:  
donne e uomini con **almeno 4 anni di esperienza** in posizioni di responsabilità strategica e direzionale.

Il CUOA per gli imprenditori: [imprenditori@cuoa.it](mailto:imprenditori@cuoa.it) - tel. 0444 333745

[www.cuoa.it/master/mbaimprenditori](http://www.cuoa.it/master/mbaimprenditori)

Anche la società italiana, nondimeno, si è dimostrata per molti versi all'altezza delle dinamiche migratorie che hanno coinvolto il paese negli ultimi vent'anni.


Le risposte attivate sono sovente partite dal basso, anticipando e non raramente mettendo la classica 'pezza' alle lentezze istituzionali e burocratiche che hanno ostacolato, più che favorito, il fattivo inserimento degli immigrati. Si pensi, in proposito, al ruolo delle imprese in una prima fase (quella dei 'pionieri') e a quello delle scuole in tempi più recenti (a seguito dei processi di ricongiungimento).

Certo, i migliori punteggi di integrazione della popolazione d'origine straniera registrati in occasione di una recente indagine condotta a livello nazionale sono appannaggio delle aree del paese economicamente più avanzate, come il Nord, ma, non per questo, l'intero paese ha mancato di testimoniare capacità di risposte spesso spontanee e orientate all'inclusione. Ora, però, è giunto il momento di un cambio di passo.

Le lacune istituzionali non sono più reiterabili, poiché la popolazione d'origine straniera residente in Italia non ha raggiunto la maturità nei soli numeri, ma anche nelle aspettative. Gli studenti di origine straniera che fre-



quentano le scuole accanto ai compagni italiani, ad esempio, avranno per il futuro aspettative di crescita e sviluppo personali molto diverse da quelle dei genitori, il cui progetto migratorio vede nella riuscita dei figli il capitolo centrale del loro stesso percorso. Avranno così, né più né meno, le stesse aspirazioni dei compagni italiani. Per questa ragione, appare inderogabile un esame approfondito di una possibile riforma dell'istituto della cittadinanza, perché coesione e sviluppo non siano solo termini del passato e del presente, ma anche del futuro. ■



INCHIESTA

Il settore vitivinicolo è uno dei più prestigiosi fiori all'occhiello del nostro paese. Imprese eccellenti, per lo più piccole e medie, che impegnano un rilevante capitale tecnico e un insostituibile capitale umano. Aziende che mettono una tradizione millenaria al servizio delle sfide di un mercato in continua evoluzione. Nel colloquio con il presidente di Federvini, Lamberto Vallarino Gancia, facciamo il punto su questo importante settore in Italia

## “Spirito” VINCENTE

di Giulia Avallone

**Quali sono le caratteristiche che hanno reso questo comparto un vero e proprio simbolo del nostro paese all'estero?**

Le imprese del settore del vino, dei liquori, dei distillati e degli aceti custodiscono con fierezza la peculiarità di prodotti che da tempo rappresentano un valore per il sistema paese e sono ambasciatori del made in Italy in tutto il mondo.

I punti di forza sono molti e di notevole importanza: il territorio è il primo fattore che rende i nostri prodotti unici. A questo si aggiunge la lunga tradizione e la grande dedizione che si tramanda di generazione in generazione. Inoltre, le nostre eccellenze sono legate al mondo della gastronomia e quindi a un modello di alimentazione che esalta i sapori e abbina con sobrietà il momento del mangiare a quello del bere: in questo senso hanno certamente contribuito a far proclamare dall'Unesco la dieta mediterranea patrimonio immateriale dell'umanità.

Tutti elementi che concorrono a confermare la nostra industria come fiore all'occhiello del panorama agroalimentare italiano.

**Quali politiche possono essere messe in atto per far crescere a ritmi più elevati l'export?**

I nostri settori, pur essendo molto vocati all'export, continuano a incontrare difficoltà di natura doganale e fiscale: a questi ostacoli 'tradizionali' si stanno aggiungendo, in quest'ultimo periodo, ulteriori complessità burocratiche che limitano fortemente la nostra possibilità di aumentare la presenza nei mercati.

Riteniamo fondamentale una forte azione di contrasto da parte dell'Unione europea e del nostro governo per rimuovere gli ostacoli, attraverso iniziative mirate e costanti.

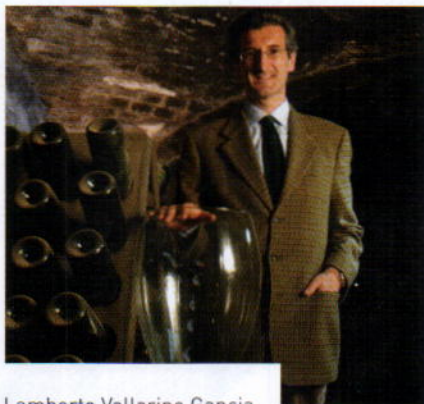
A questo deve inevitabilmente aggiungersi, a livello nazionale, un'unica Cabina di regia che sostenga le imprese nel promuovere le proprie eccellenze e nel conquistare nuove fette di mercato. Mai come ora desideriamo far sentire la nostra voce: già da tempo lamentiamo una forte carenza di strumenti utili a incentivare la competitività all'estero e a sviluppare la crescita delle imprese e, di conseguenza, l'immagine dell'Italia nel mondo.

È nostro vivo auspicio poter contare sull'aiuto delle istituzioni che, in diverse occasioni, abbiamo sensibilizzato su questo tema: da un lato, è importante consolidare le quote export nei mercati storici e dall'altro è molto forte l'esigenza di conquistare nuovi spazi e ulteriore visibilità.

**Quali sono i più importanti mercati di riferimento e quali, invece, quelli ancora da conquistare?**

In Europa, i principali paesi di destinazione di vini e mosti sono Germania e Inghilterra; a livello internazio-

## Dobbiamo rimuovere gli ostacoli che impediscono alle nostre imprese di rafforzare la propria presenza sui mercati esteri



Lamberto Vallarino Gancia

nale, invece, ci sono gli Stati Uniti, la Russia, ora anche la Cina, l'India e il Brasile che offrono grandi opportunità per i nostri settori.

**Il settore ha dimostrato di saper reagire alla crisi: grazie a quali strumenti è stato possibile contenere gli effetti della recessione?**

Il settore vitivinicolo italiano è composto principalmente da piccole e medie imprese che gestiscono un rilevante capitale tecnico, impegnando e preservando un insostituibile capitale umano. Le nostre aziende hanno una lunga storia e sulla tradizione poggiano basi solide grazie alle quali possiamo affrontare con grinta le sfide di un mercato in continua evoluzione.

Questo è un settore che non ha mai abbassato la guardia e si è saputo difendere dalla crisi rimboccandosi le maniche con senso di responsabilità

e forte impegno: di questo andiamo molto fieri.

In più, c'è la grande passione che anima tutti noi e che consiste soprattutto nel valorizzare le ricchezze dei nostri territori, nel tramandare le nostre tradizioni, senza perdere di vista gli aspetti dell'innovazione tecnologica. Tutti ingredienti che, insieme, stanno contribuendo a contenere gli effetti della crisi, ma riteniamo che questo non basti e che possiamo fare ancora di più e meglio.

**In che modo Federvini sostiene gli associati, soprattutto le pmi, nel vincere sia la concorrenza dei paesi a forte tradizione vinicola sia quella degli emergenti?**

Federvini svolge un costante ruolo di consulenza in materia di disciplina della produzione, compreso il confezionamento e il trasporto, toccando tutti gli aspetti della legislazione dall'igienico-sanitario all'etichettatura, alla presentazione e alla pubblicità, fino alla promozione.

La Federazione offre inoltre agli associati un continuo supporto nel monitorare i flussi commerciali e l'evoluzione delle normative di settore negli Stati europei e extra europei. Seguiamo con grande attenzione gli accordi internazionali e bilaterali che l'Europa stringe con i paesi esteri e ▶

# SOLUZIONI CHIAVI IN MANO PER COSTRUIRE L'ECONOMIA

[www.magnettibuilding.it](http://www.magnettibuilding.it)

LEADER NELLA REALIZZAZIONE DI EDIFICI INDUSTRIALI,  
COMMERCIALI, PER LA LOGISTICA E PER UFFICI.

 **Magnetti**  
Building

*L'architettura dell'innovazione*

in particolare sensibilizziamo le delegazioni italiane chiamate a rappresentarci per tutelare le nostre denominazioni di origine e indicazioni geografiche da eventuali usurpazioni e imitazioni.

La nostra attenzione è rivolta a rimuovere qualunque ostacolo di natura tariffaria e non, che colpisce in maniera molto dura i nostri prodotti, così da agevolare le imprese nel complesso percorso dell'internazionalizzazione.

In questa era globale, dove tutto cambia velocemente, non possiamo impedire ad altri paesi di entrare in competizione con i più importanti produttori di vino europei: crediamo che le sfide facciano parte di ogni percorso imprenditoriale e rappresentino, anzi, uno stimolo a fare ancora meglio il proprio lavoro.

Infine, seguiamo con particolare impegno le aree tematiche connesse agli aspetti sociali del consumo delle bevande alcoliche.

Siamo attenti a diffondere una forte azione di comunicazione per la promozione e la divulgazione in Italia di quello che abbiamo voluto defi-

nire "lo stile Mediterraneo", un modo conviviale, sano ed equilibrato di consumare bevande alcoliche ai pasti. L'educazione alla cultura del bere bene e con moderazione è il messaggio portante che intendiamo diffondere ed è altresì uno stile di vita, tipicamente italiano molto apprezzato all'estero.

#### **Che ruolo ha la ricerca in un settore che richiede standard qualitativi sempre molto alti?**

La vinificazione, la distillazione, l'infusione sono tecniche millenarie, ancora oggi fondamentali nei singoli settori.

Tuttavia, proprio la nostra storia dimostra come settori 'antichi' possano innovarsi continuamente.

L'attenzione è riservata agli impianti per migliorarne l'efficienza e rivederne, oggi soprattutto, i costi energetici. I nostri settori sono dinamici e aperti all'innovazione, attenti alla tutela dell'ambiente, alla sicurezza e sempre pronti ad essere lungimiranti.



#### **Lei fa parte della famiglia che ha inventato lo spumante italiano e quindi ha avuto un'importante esperienza nel settore. Quali consigli darebbe ai suoi colleghi?**

La prima cosa è avere passione per il settore e il proprio mestiere, prepararsi e non dare tutto per scontato. È importante lavorare sempre con impegno, osservando la tradizione, ma cercando anche l'innovazione, saper fare squadra e circondarsi di persone capaci e in gamba.

Infine, essere focalizzati su un business e cercare di farlo al meglio, sempre rispettando il territorio e le origini di provenienza. ■



# TRASCINATI DALL'EXPORT

di Ottavio Cagiano de Azevedo, Direttore Generale Federvini



La Federvini, Federazione italiana industriali produttori esportatori e importatori di vini, acquaviti, liquori, sciroppi, aceti e affini, rappresenta, accanto al comparto degli aceti, un ampio settore delle bevande alcoliche come il vino, i liquori, le grappe, tutte profondamente legate alla nostra cultura e territorio. I settori che rappresentiamo sono decisamente orientati all'export: in valore, le esportazioni sono composte da vino e mosti per l'81,7%, dai vini aromatizzati per il 3,1%, dalle ac-

quaviti e dai liquori per l'11,1% e dagli aceti per il 4,1%.

Il 2010 ha fatto registrare un consolidamento dell'export con un dato medio positivo che vede ben progredire i vini tranquilli e i vini spumanti, mentre mostra una fase di lieve rallentamento per i vini aromatizzati. In base all'Osservatorio di mercato di Federvini, se guardiamo al valore delle esportazioni rileviamo che i vini tranquilli Docg e Doc presentano una buona performance con 1.558 milioni di euro. Rispetto alle quantità sono invece gli altri tipi di vini a registrare un dato particolarmente

significativo pari a 12.237 migliaia di ettolitri.

Il 2011, nel periodo di riferimento gennaio-ottobre, ha confermato la tendenza positiva, con un'esportazione di vini e mosti pari al valore di 3 miliardi e mezzo di euro.

Le acquaviti, i liquori e le altre bevande alcoliche, nel 2010, hanno raggiunto un volume di esportazioni pari a 631 ettanidri, con un valore di 600 milioni di euro.

Nel 2011 questo dato, tendenzialmente, appare costante in quanto nel periodo di riferimento gennaio-ottobre l'Italia ha esportato acquaviti, liquori e altre bevande alcoliche per un valore poco superiore ai 500 milioni di euro.

Gli aceti presentano dati altrettanto positivi: le esportazioni sono cresciute sia in quantità che in valore mediamente del 20%, soprattutto nel 2010. Nel 2011 (gennaio-ottobre) i valori si aggirano sui 174,5 milioni di euro, invece le quantità sui 927.577 migliaia di ettolitri.

Guardando al dettaglio, tra i paesi di destinazione dove i nostri vini riscuotono più successo spiccano la Germania, dove abbiamo esportato nel 2010 per un valore pari a 850 milioni di euro con una variazione positiva del 4,1% rispetto al 2009 e in quantità quasi di 7 milioni di ettolitri. Segue il Regno Unito, con circa 462 milioni di euro, una variazione positiva dell' 1,9% e in quantità poco meno di 3 milioni di ettolitri. Infine gli Stati Uniti dove si registra un incremento delle esportazioni dell' 11,5% con 742 milioni di euro e in quantità 2,6 milioni di ettolitri.

Sempre secondo il nostro Osservatorio, sottolineiamo un interessante incremento delle esportazioni verso la Russia con un valore di 65 milioni di euro (+58,8% rispetto al 2009) e verso la Cina con quasi 20 milioni di euro.

Le acquaviti, i liquori e le altre bevande alcoliche presentano buoni livelli di esportazione nel mercato tedesco e inglese: in Germania nel 2010 l'Italia ha esportato 172.763 ettanidri per un valore poco inferiore a 160 milioni di euro; in Inghilterra le quantità sono pari a 54.238 ettanidri e il valore è di quasi 55 milioni di euro. Gli aceti sono esportati principalmente negli Stati Uniti e in Germania: nel primo con una quantità pari a 284.950 ettolitri e un valore di circa 50 milioni di euro; nel secondo con 204.465 ettolitri per quasi 40 milioni di euro.

A livello nazionale traspare chiaramente un sentimento di recessione economica che si riflette sull'atteggiamento dei consumatori che, oggi più che mai, sono attenti ai loro acquisti, senza rinunciare alla qualità. Se guardiamo alla dimensione del mercato italiano (Osservatorio Federvini, dati Nielsen), nel 2010 gli spumanti occupano una posizione di rilievo con 81,3 milioni di litri venduti globalmente. Rispetto agli altri comparti dell'alimentare, rallenta-



Ottavio Cagiano de Azevedo

no leggermente le vendite in volume del vino, mentre è stabile il valore. Il vino confezionato è venduto principalmente nelle catene di iper e supermercati, che si confermano il canale di acquisto più utilizzato dai consumatori e la scelta ricade prevalentemente sulla bottiglia di vetro. Il mercato delle acquaviti, dei liquori e delle altre bevande alcoliche nel 2010 ha subito una lieve flessione pari a -0,1%, mentre in quantità il volume di vendita è pari a 176,4 milioni di litri. È stabile la tendenza a consumare questi prodotti principalmente fuori casa. Gli andamenti risultano confermati anche nel 2011, pur se con diverse misure, per tutti settori. ■

VINI

81,7%

LIQUORI

11,1%

ACETI

4,1%



# IL CODICE MASCIARELLI

di Valeria Del Grosso

**C**i sono pochi posti in Italia dove è possibile sciare al mattino e tuffarsi in mare il pomeriggio: l'Abruzzo è uno di questi.

Tra la Majella e l'Adriatico, in uno scenario di colori e profumi diversi ma profondamente uniti, nascono i vini dell'azienda Masciarelli che rispecchiano l'autenticità, la passione e la caparbità del fondatore, Gianni Masciarelli, protagonista dell'enologia locale, cui va il merito di aver elevato il Montepulciano d'Abruzzo nel gotha dei migliori vini del mondo.

Oggi le Cantine Masciarelli hanno il volto e l'inconfondibile impronta di Marina Cvetic, moglie di Gianni, che con la sua classe e la sua ostinata fermezza perpetua i valori del marito – prematuramente scomparso nel 2008 – dando nuova linfa e impulso ai progetti e ai principi di quello che lei ama definire il 'codice Masciarelli'.

Quarantaquattro anni, occhi di ghiaccio, sguardo attento e penetrante, Marina nasce a Belgrado, vive e conosce il fascino delle più belle città d'Europa e poi, mentre studia tecnologia alimentare, incrocia la strada dell'abruzzese Gianni Masciarelli, che sposa nel 1989.



Tra la Majella e l'Adriatico, in uno scenario magico di colori e profumi, dimorano vigneti che sono autentica espressione della cultura di questa terra



Marina Cvetic

Per oltre venti anni affianca il marito nella vita e nel lavoro credendo fortemente nell'eccellenza del Montepulciano d'Abruzzo, sostenendo scelte tecniche rivoluzionarie in campo agronomico e divenendo musa ispiratrice di un'intera linea di vini, quella Marina Cvetic, appunto, a lei dedicata.

Raccontare questa donna, il suo amore per il vino, per l'azienda e per l'Abruzzo non è compito facile; occorre dosare con accortezza il genio e l'istinto dell'imprenditrice con il sacrificio e la disciplina nella gestione aziendale, senza perdere di vista le emozioni e i

sentimenti che la legano a San Martino sulla Marrucina e alla terra d'Abruzzo dove vive con i suoi tre figli, Miriam, Chiara e Riccardo.

Per lei il vino non è un lavoro, ma un mestiere fatto di infiniti segreti e frutto di una cultura millenaria che si lega alla musica, all'arte, alla moda. È un patrimonio da raccontare e vivere: "Amo il vino perché è pura cultura italiana, non solo un prodotto agricolo. È uno strumento di comunicazione, incontro, amicizia; è capace di unire le famiglie e riportare il dialogo dopo una discussione; è confronto e veicolo sociale per tutte le tasche e le occasioni".

Ha fatto scelte coraggiose nella vita come nei vigneti traendo dalle difficoltà l'impulso e l'energia per fare di più e meglio, senza mai risparmiarsi: "Sono una persona positiva, ottimista e concreta, e quando vendo i miei vini non vendo solo Masciarelli e l'Abruzzo bensì il made in Italy, marchio più forte al mondo". ▶





# I vantaggi del temporary management per l'export department

Scovare validi collaboratori oggi è diventata un'impresa molto ardua, in particolare trovare valide figure per l'export department dove la conoscenza delle lingue straniere e la predisposizione al commerciale sono solo una parte complementare di una formazione molto articolata nel settore del marketing internazionale e della vendita all'export.

Una volta compiuti gli sforzi iniziali di ricerca e selezione, l'addestramento sul prodotto diviene una parte quasi marginale.

Comincia invece l'introduzione del nostro neo-assunto nell'ambiente lavorativo e di relazioni che dovrà gestire nonché l'impostazione di una strategia e la dotazione di una serie di strumenti a supporto del suo lavoro.

A meno di soffiare una simile figura alla concorrenza, l'operatività concreta si sposta pesantemente nel tempo; e la preparazione non finisce qui.

Se vogliamo che i nostri esperti commerciali siano efficaci, necessitano di formazione continua, a volte costosa, che spesso occupa i tempi produttivi. La remunerazione, poi, deve essere commisurata al tipo di figura, capace di generare business per la nostra azienda.

Se pensiamo solo per un momento a queste problematiche risulta chiaro il successo del temporary management nel settore dell'internazionalizzazione.

Un export manager in outsourcing, oltre ad avere una formazione specifica (capacità strategica e di vendita) necessaria alla sua attività, per sua natura è abituato a lavorare per obiettivi; diversamente la sua attività in azienda non potrebbe durare.

Inoltre gioca a suo favore la quotidiana pratica dell'inter-settorialità, attività che gli permette di trovare soluzioni innovative sia in termini di metodo che in termini di strumenti spesso impensabili per chi è coinvolto nelle

mille difficoltà della gestione del prodotto in sé.

Ma un altro aspetto non secondario è la remunerazione sui risultati. Un "battitore libero", un export manager in outsourcing è animato da un'energia ed una carica che gli derivano dalla condivisione del business con l'azienda che segue. Più l'azienda svilupperà fatturato, maggiori saranno per lui le soddisfazioni, anche dal punto di vista economico, senza pesare in modo significativo sull'azienda stessa.



Nasce a Bergamo nel 1998 come studio di consulenza professionale nel campo dei servizi di temporary management per la ricerca di clienti e la creazione di reti commerciali all'estero, applicando un modello basato sulla condivisione con l'azienda cliente dei risultati ottenuti. Leader tra le società di consulenza nel settore delle PMI, oggi ha una squadra di oltre 50 Export Specialist capillarmente presenti su tutto il territorio nazionale e un portafoglio clienti attivi di circa 400 aziende appartenenti a diversi settori merceologici. Per info [www.comarkspa.it](http://www.comarkspa.it) e [www.aziendedisuccesso.it](http://www.aziendedisuccesso.it)

“Ho sempre voluto comunicare questo marchio – prosegue – anche nelle scelte di restauro dell’antico Castello di Semivicoli (vicino a San Martino sulla Marrucina sede dell’azienda), integrando in un connubio speciale design, confort e tecnologia con gli elementi del passato e il recupero delle tradizioni”.

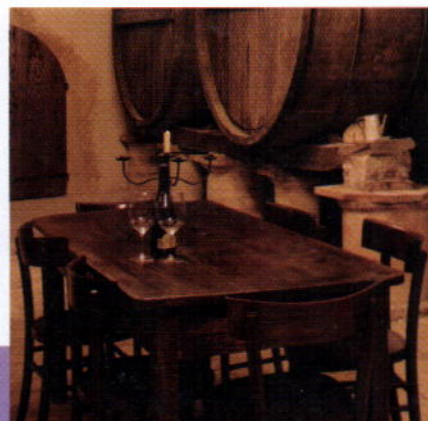
Ha le idee chiare Marina e non parla mai dei suoi prodotti o della sua azienda, sa vendere vini parlando d’altro.

È un fiume in piena di proposte e progetti che vanno dall’enoturismo alla sostenibilità, passando per la valorizzazione dell’Abruzzo genuino e autentico: “Basterebbe poco per un

salto di qualità. Dall’enogastronomia al turismo dei borghi, dalla riscoperta delle vocazioni artigiane ai percorsi in bicicletta, dall’Abruzzo on the road alle location dei film. Il futuro, più che questione economica è questione di idee: la mia sfida è quella di trasmettere ai miei figli la passione per questo lavoro”.

Spiazza tutti per schiettezza e determinazione, rappresentando in modo autentico la caparbità e i valori del popolo abruzzese: “Non ho mai perso la mia scommessa personale: far innamorare i miei ospiti della nostra terra, un mix di tradizione, gusto, natura e paesaggio”. Una donna del vino, la signora Masciarelli, padrona di casa d’eccezione delle sue Cantine e del suo Castello dove accompagna

alla scoperta di un Abruzzo inedito. In pochi anni, partendo quasi dal nulla, la Cantina omonima è diventata la massima azienda vitivinicola dell’Abruzzo ed è destinata a rimanere in vetta alle classifiche anche grazie al contributo della giovane Miriam che insieme alla madre sta portando avanti l’importante eredità del padre, un produttore che ha segnato profondamente il destino del Montepulciano d’Abruzzo, seducendo il mondo con una visione innovativa del modo di fare vino, turismo e cultura. ■



## CANTINA MASCIARELLI

Anno di fondazione: 1981

Ettari coltivati a vigneto: 320, disseminati nelle quattro province abruzzesi

Produzione bottiglie all’anno: 2.000.000

Principali vini prodotti: 4 linee aziendali, suddivise in 14 etichette: Masciarelli Classico (Montepulciano, Rosato, Trebbiano), Villa Gemma (Montepulciano, Cerasuolo d’Abruzzo, Bianco), Marina Cveti (Montepulciano, Trebbiano, Chardonnay, Merlot, Cabernet Sauvignon), Castello di Semivicoli (Trebbiano, Rosso Terre Aquilane) e Iskra (Montepulciano)

Export: 56% in 36 paesi del mondo

[www.masciarelli.it](http://www.masciarelli.it)

[www.castellodisemivicoli.com](http://www.castellodisemivicoli.com)

# LA GIOIA IN UN SORSO

di Monica Perri



**A**lle pendici del monte Pollino, a Frascineto, in Calabria, nell'entroterra della provincia di Cosenza, quasi al confine con la Basilicata, prendono corpo i sogni di Natale Braile. Lo siamo andati a trovare proprio nella sua terra tra quei vigneti che sono la sua grande passione e qui, più che altrove, beneficiano del prezioso connubio tra montagna e mare.

Natale Braile: ha studiato medicina, è finito a fare l'imprenditore per passione e nel 1999 ha rilevato la storica Cantina Sociale del Pollino



Da sinistra  
Francesca, Maria Teresa, Natale e Letizia Braile

### Cosa l'ha spinto a non esercitare la professione di medico e a dedicarsi ai vigneti?

L'amore per la terra, la passione nel vedere chicchi d'uva e olive selezionate trasformarsi in prodotti che raccontano di noi, delle tradizioni e della cultura di questi posti. Mio padre ha voluto che studiassi medicina a Napoli.

Finita l'università ho deciso di continuare con l'attività creata da nonno Domenico che, ritornato dall'America dove era emigrato per necessità, si è dato con tutto se stesso a lavorare la terra e, quando sono arrivati altri tempi duri, ha aperto un'attivi-

tà specializzata nella riparazione delle strade. Mio padre ha continuato questo percorso, ha acquistato altri terreni e ha diversificato con la produzione di olio.

### Anche lei, quindi, come suo padre e suo nonno ha finito per fare l'imprenditore...

Sì, la cultura del rischio e il richiamo ai prodotti della terra hanno vinto su tutto. Nel 1999 ho rilevato la storica Cantina Sociale del Pollino.

Da struttura semi abbandonata e con macchinari obsoleti l'abbiamo trasformata in una realtà competitiva. Trentasei agricoltori conferiscono le uve, noi le lavoriamo, studiamo la resa per ettaro dei vigneti e la loro qualità.

Con l'enologo Mario Ronco e l'agronomo Alberto Pansecchi, entrambi piemontesi, abbiamo deciso di puntare sui vitigni autoctoni (magliocco e lacrima di Castrovillari) e sulla non promiscuità dei vigneti.

I primi risultati ci hanno dato ragione e, vendemmia dopo vendemmia, i vini sono esplosi per personalità e profumi. Tutto ciò richiede impegno continuo e grande dedizione. ▶



## VIGNAIOLI DEL POLLINO

Anno di fondazione: 1974

Ettari coltivati a vigneto: 70 ettari

Produzione bottiglie all'anno: 300.000

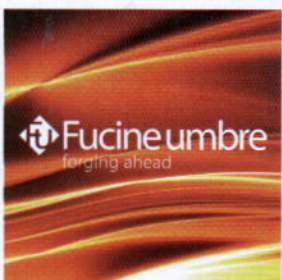
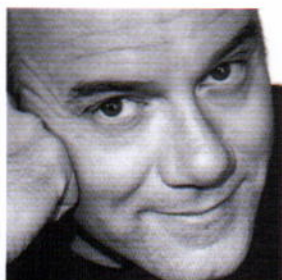
Principali vini prodotti: Harè (Doc superiore rosso), Ceraso (Doc cerasuolo), Rubino (Doc rosso d'annata), Cà Sciurea (bianco)

Export: 50% della produzione. Mercati esteri di riferimento: Svezia, Danimarca e Germania

[www.vinopollino.com](http://www.vinopollino.com)



# CREA IDENTITY



Accompagniamo le organizzazioni che intendono modificare la propria immagine e la comunicazione, ripositionarsi sul mercato, comunicare innovazioni e valori.

Dal concept alla tecnica, dal pensiero creativo al metodo applicativo, quella coerenza che è alla base di ogni step del nostro lavoro ci permette di rendere riconoscibile l'immagine del cliente in tutte le sue espressioni, distinguendola chiaramente dalle altre realtà presenti sul mercato.

Grazie alla comprensione di mia moglie Letizia e di Maria Teresa e Francesca, le nostre bambine, questo è possibile.

#### Qual è la caratteristica peculiare dei suoi vini?

Quella di interpretare il territorio e la cultura delle sue genti.

Siamo nel cuore delle comunità arbereshe, in luoghi dove ancora si parla la vecchia lingua di Skanderbeg e dei suoi seguaci, dove ci si sposa con il rito ortodosso e si esaltano i valori della fratellanza e della solidarietà. Questa cultura è resistita a cinque secoli di storia e ha mantenuto le consuetudini e i costumi tipici di chi si è difeso grazie a una montagna non facile da addomesticare.

Non è un caso che il vino di punta si chiami Harè (il cerasuolo doc che significa gioia, un magliocco in purezza che riposa in barrique per 18 mesi e in bottiglia per i seguenti 6), e che il bianco Cà Sciurea, debba il suo nome alle caratteristiche pedologiche del terreno dove nasce la vite.

#### Come trova la produzione vinicola della Calabria?

Ne è passato di tempo da quando era Enotria, il luogo dove si trovavano le vigne predilette dagli antichi greci e dalle quali poteva essere tratto il nettare degli déi.



## Oggi il panorama enologico calabrese si presenta molto interessante per capacità di ricerca e potenzialità di sviluppo

Oggi il panorama enologico calabrese si presenta molto interessante in termini di capacità di ricerca e di possibilità di sviluppo delle potenzialità dei vitigni autoctoni. È in costante crescita qualitativa, specialmente nel territorio del Cosentino.

Quest'ultimo tende ad affiancarsi al comprensorio di Cirò, nel crotonese, da sempre leader regionale.

Non mancano interessanti esperimenti nella vinificazione e molte cantine giovani si stanno affacciando verso il mercato in maniera efficace e moderna, seguendo il solco delle cantine

storicamente più importanti, attrezzate e innovative che hanno saputo innalzare i vini calabresi a livelli di eccellenza.

#### A cosa pensa quando beve un bicchiere di vino?

A quante cose riesca a regalare! Il fascino del territorio, il profumo della terra di cui è frutto, il lavoro di tante mani in cantina e in vigna, i colori delle stagioni, la maturità che riesce a testimoniare, i sogni di quanti hanno concorso a realizzarlo. ■

FIERE

# Occhi aperti SUL MONDO

di Silvia Tartamella

Tra crisi economica e ingresso di nuovi player internazionali, il settore fieristico sta cambiando. Quali le prospettive e gli interventi per rendere più attraenti le nostre fiere nelle interviste a Ettore Riello, presidente dell'Associazione degli espositori fieristici (Aefi) e a Gian Domenico Auricchio, presidente del Comitato fiere industria (Cfi), l'agenzia di Confindustria che si occupa del settore fieristico



**P**er un paese come l'Italia che ha fatto dell'export il suo principale motore di crescita, le fiere rappresentano una delle più importanti occasioni di visibilità e incontro con clienti e distributori.

### Come aiutare le piccole imprese a scegliere quelle più adatte?

Le continue evoluzioni del commercio mondiale hanno reso tutti gli operatori fieristici consapevoli di quanto sia necessario legare le fiere alla stra-

tegia d'espansione internazionale dell'economia e della produzione: per essere forti in Italia occorre essere più presenti direttamente sui mercati internazionali. Le fiere sono un moltiplicatore di ricchezza particolarmente efficace nelle realtà come quella italiana in cui il sistema produttivo è caratterizzato da tipologie di impresa di piccole-medie dimensioni distribuite sul territorio. Sono quindi le manifestazioni a carattere più internazionale quelle su cui le aziende italiane devono investire.

60<sub>mld</sub> di fatturato  
transitano dalle fiere

**In una fase di scarsa liquidità come l'attuale, quali politiche si potrebbero adottare per incentivare la partecipazione?**

Pensare e presentare nuove formule, nuovi prodotti e soprattutto servizi aggiuntivi da erogare dentro e fuori al quartiere fieristico e che permettano di incrementare le entrate anche oltre la manifestazione: sono queste le leve su cui gli enti sono chiamati a reagire. Nonostante il 2012 si presenti a tinte fosche, la crisi viene affrontata con molto coraggio. Si assisterà comunque a un incremento significativo delle rassegne internazionali che passano da 193 a 209. Certamente, le fiere che più di altre hanno saputo e sanno rinnovarsi possono affrontare il 2012 con maggior tranquillità.

Altro tema su cui gli enti sono chiamati a riflettere è la formazione degli operatori. Credo sia proprio questa la chiave di svolta per superare il momento economicamente difficile: offrire sempre più occasioni di comunicazione, creando convegni dedicati agli addetti del settore non solo all'interno della manifestazione, ma anche fuori dall'evento stesso. In quest'ultimo caso gioca un ruolo importante la location e la città dove si svolgono i convegni, che deve avere le giuste potenzialità per attirare anche il pubblico internazionale.

**Aefi è tra i soggetti promotori dell'Isf, l'Istituto per la certificazione dei dati statistici fieristici. Perché è importante certificare una fiera e quali risultati ha prodotto l'Istituto dal 2005 - anno della sua costituzione - a oggi?**

La certificazione attesta che un servizio o un prodotto risultano conformi a una specifica normativa che ne stabilisce i requisiti ed è indispensabile per attribuire alle manifestazioni la qualifica di nazionale o internazionale.

Per eccellere in un sistema fortemente competitivo, chi partecipa a una fiera ha sempre più necessità di mettere a confronto, valutare e scegliere le manifestazioni attraverso dati certi e comparabili.

L'avvio di Isf è stato positivo, con una continua richiesta di manifestazioni da certificare: nel quinquennio 2006-2011 le fiere certificate da Isf sono state 285, il 75,8% delle quali internazionali. Il continuo rinvio dell'obbligatorietà della certificazione da parte delle Regioni che già avevano deciso in tal senso ha rallentato il processo e questo mentre l'importanza della certificazione è aumentata a livello internazionale.

È ora fondamentale avere una regia unica e di coordinamento che si occupi anche di definire i termini per la certificazione dei dati fieristici, uno degli strumenti chiave per la valorizzazione del sistema fieristico nazionale all'estero.

**A proposito dell'intesa firmata lo scorso luglio con Cfi, Aefi sembrava più propensa alla costituzione di una Federazione. È ancora così?**

Con Gian Domenico Auricchio, presidente di Cfi, stiamo lavorando a un patto interassociativo che sollevi i più importanti temi aggreganti per l'intero comparto fieristico e ne fornisca un'accurata analisi e presentazione al ministro dello sviluppo economico Corrado Passera.

Le fiere sono elemento rilevante della politica industriale di un paese. ▶

per l'88,5% delle aziende minori  
sono il principale strumento  
di promozione

# A Milano. Dove, se no?



Salone Internazionale del Mobile  
EuroCucina, Salone Internazionale dei Mobili per Cucina  
Salone Internazionale del Bagno  
Salone Internazionale del Complemento d'Arredo  
SaloneSatellite

Fiera Milano, Rho, 17/22.04.2012

Cosmit spa  
Foro Buonaparte 65 02725941  
20121 Milano, Italia 0289011563 fax

[www.cosmit.it](http://www.cosmit.it)  
e-mail [info@cosmit.it](mailto:info@cosmit.it)



FIERA MILANO fieramilano



Ettore Riello

**L'Italia soffre la concorrenza europea oppure mantiene delle caratteristiche che la tutelano in tal senso?**

Il grande problema in Italia, in realtà, è la mancanza di una regia unica che regolamenti il sistema. All'estero sono effettivamente organizzati meglio di noi e questo rende tutto molto più efficiente. Nei diversi distretti italiani abbiamo tradizioni ed eccellenze che ci caratterizzano e che ci riconoscono leader a livello europeo. Il sistema fieristico italiano è una piattaforma di rilevanza strategica per la valorizzazione del tessuto economico del territorio e, più in generale, del made in Italy oltreconfine.

I numeri ce lo dicono: 60 miliardi di fatturato transitano dalle fiere e quasi il 10% dell'export italiano è generato da trattative che avvengono nell'ambito di manifestazioni fieristiche. Il sistema fieristico italiano rappresenta il principale strumento di promozione per il 75% delle aziende e per l'88,5% di quelle minori.

Ci auguriamo che, pur nella complessità del suo ministero, il ministro Passera potrà supportarci nello sviluppo di un progetto serio – partendo da temi come l'internazionalizzazione, le armonizzazioni dei calendari, le economie di scala e le certificazioni – a sostegno del sistema fieristico italiano.

Un sistema che può svilupparsi molto anche sul fronte dell'organizzazione di iniziative all'estero, a patto che trovi al suo interno le condizioni per coordinare al meglio tale attività che può generale aumenti di fatturato sensibili, come per esempio hanno fatto le fiere tedesche.

Quasi il 10% del nostro export proviene da trattative che avvengono nell'ambito di queste manifestazioni

**In che modo è possibile rendere le fiere italiane più appetibili per i buyer stranieri? Quali esigenze specifiche manifestano?**

Studiando iniziative che facciano parlare della manifestazione per tutto l'anno e non solamente nei giorni della fiera, creando attività di marketing che siano innovative e che sfruttino le più moderne tecnologie. ■

# Potenziare IL GIOCO DI SQUADRA



Come evitare eventi fotocopia e rivalità tra città spesso distanti pochi km: ne parliamo con Gian Domenico Auricchio

**Lo scorso luglio Cfi ha firmato un protocollo d'intesa con l'Associazione esposizioni e fiere italiane per promuovere una politica unitaria nel settore. Quali azioni sono state fatte?**

Oltre alla condivisione di indirizzo nell'operatività del Coordinamento del sistema fieristico nazionale, insediato dall'allora viceministro Urso nel settembre 2010, e nella gestione dell'accordo di settore per l'internazionalizzazione del sistema, merita di essere ricordata l'azione sinergica svolta in occasione degli Stati gene-

rali per il commercio estero, nel cui ambito è stata riconosciuta l'insopprimibile funzione delle fiere nella competizione mondiale, nella promozione del made in Italy e l'accoglimento della comune richiesta di giungere a una specifica regolamentazione delle fiere internazionali. Intesa proseguita anche al tavolo tecnico che sta preparando gli Stati generali per la lotta alla contraffazione.

Proprio lo scorso dicembre si è concordato di rafforzare il protocollo del 18 luglio 2011 con un patto di iniziativa e di azione interassociativa che ha come primo obiettivo la ripresa – dopo i mutamenti politici intervenuti a livello governativo – dei contatti con il Ministro dello sviluppo economico per salvaguardare i risultati conseguiti nei già citati Stati generali del commercio estero, rafforzare con adeguate risorse la promozione del sistema e contribuire alla creazione dell'Agenzia che ha sostituito l'Ice.

Al termine del percorso il patto dovrà sfociare nella creazione di un Comitato interassociativo, aperto anche alle altre componenti della filiera fieristica.

**Nel Coordinamento fieristico che ha citato vi sono il ministero dello Sviluppo economico e le Regioni. Quali risultati ha prodotto l'intesa? Si è scongiurato il rischio degli eventi fotocopia?**

Dopo il raggiungimento dell'intesa, di cui Cfi ed Aefi sono parte costitutiva, si sono succeduti fatti che ne hanno sospeso l'attività in sede politica, mentre a livello di gruppi di lavoro tematici sono stati conseguiti buoni risultati di indirizzo, che dovranno essere validati dal Ministro dello sviluppo economico e relativi alla promozione del calendario fieristico italiano, all'elaborazione delle statistiche annuali del sistema, alla certificazione dei dati fieristici nel contesto della regolamentazione delle fiere internazionali.

Siamo ancora in una fase di preparazione al cambiamento e pertanto l'auspicata razionalizzazione dei calendari e delle concomitanze degli eventi non ha ancora dato quei risultati concreti che le imprese si attendono.



Gian Domenico Auricchio

**Che anno è stato il 2011 per il settore fieristico italiano? Quanto pesa la crisi?**

Il primo semestre del 2011 ha confermato i segnali di ripresa riscontrati nel secondo semestre 2010, con un trend positivo per espositori (+2%) e visitatori professionali (+3,5%), in particolare stranieri (4,5%), mentre l'occupazione degli spazi da tempo registra una tendenza a un seppur limitato contenimento (-1,30%). Nella seconda parte dell'anno questi trend positivi hanno subito un certo rallentamento i cui termini sono in fase di analisi.

**Una ricerca realizzata dall'Ufi, l'associazione che rappresenta a livello internazionale il settore, ha calcolato l'incremento degli spazi espositivi dal 2006 a oggi. La Cina ha totalizzato un +48%. Come dobbiamo leggere questo dato?**

Come sempre per una corretta valutazione delle percentuali occorre fare riferimento ai dati di partenza: è evidente che paesi come Cina, Turchia, Messico e Russia hanno sviluppato la propria industria fieristica in correlazione con lo sviluppo dei propri mercati, mentre paesi a lunga tradizione fieristica come Germania, Italia e Francia hanno avuto nel periodo 2006/2010 un incremento degli spazi espositivi in misura percentualmente più contenuta.

**C'è da temere un progressivo spostamento di espositori e visitatori in Estremo Oriente?**

Dalla metà degli anni 2000 l'Europa fieristica ha perso la sua centralità tradizionale, quando sulle fiere europee si riversavano i compratori di tutto il mondo.

Oggi con la globalizzazione e il forte sviluppo di nuove aree economiche vi è la tendenza delle imprese ad approcciare direttamente nuovi mercati attraverso le fiere locali. Tuttavia la struttura produttiva italiana, che si fonda sulle pmi, caratterizzate da creatività e qualità con prodotti di nicchia, consente di assegnare alle nostre fiere specializzate un ruolo sempre dinamico nell'approccio del mercato mondiale e di continuare a essere la vetrina privilegiata del made in Italy. (s.t.) ■





NN NERWOLFF

**BolognaFiere**
**Eventi 2012**
**gennaio**
**18 - 19**
**MARCA BY BOLOGNAFIERE**  
Private Label Conference and Exhibition

**27 - 30**
**ARTEFIERA - ART FIRST**  
Fiera Internazionale d'Arte Contemporanea

**febbraio**
**15 - 16**
**UNIVERSITY** new  
Expo Città per gli Studenti

**ALMA ORIENTA**  
• Giornate dell'orientamento  
• Career Day (solo 9 feb.)

**23 - 25**
**FORUMCLUB FORUMPISCINE**  
13<sup>th</sup> Expo and International Congress for Fitness, Wellness & Aquatic Clubs  
4<sup>th</sup> Pool & Spa Expo and International Congress

**24 - 27**
**FISHING SHOW**  
6<sup>o</sup> Salone della Pesca Sportiva

**marzo**
**9 - 12**
**COSMOPROF WORLDWIDE BOLOGNA**  
45<sup>o</sup> Salone Internazionale della Profumeria e della Cosmesi

**COSMOPACK**  
Salone Internazionale del Packaging

**19 - 22**
**BOLOGNA CHILDREN'S BOOK FAIR**  
Editoria Libreria e digitale per l'infanzia e la gioventù

**23 - 25**
**TANEXPO**  
Esposizione Internazionale di Arte Funeraria e Cimiteriale

**aprile**
**3 - 5**
**LINEAPELLE**  
Mostra Internazionale di pelli, accessori/componenti, sintetico/tessuti e modelli per calzatura, pelletteria, abbigliamento e arredamento

**maggio**
**5 - 7**
**MUSIC ITALY SHOW**  
Il Salone degli Strumenti Musicali, edizioni pro-audio, dj e discografia

**5 - 7**
**SHOW WAY** new  
Salone nazionale delle tecnologie per lo show business

**9 - 12**
**LAMIERA**  
Macchine, impianti, attrezzature per la lavorazione di lamiera, tubi, profilati, fili e carpenteria metallica. Stampi. Saldatura. Trattamenti termici. Trattamento e finitura superficiali

**16 - 19**
**EXPOSANITÀ**  
Mostra Internazionale al Servizio della Sanità e dell'Assistenza

**giugno**
**6 - 7**
**SMAU BUSINESS**  
Information & Communication Technology per Imprese e Pubbliche Amministrazioni

**6 - 7**
**R2B-RESEARCH TO BUSINESS 2012**  
7<sup>o</sup> Salone Internazionale della Ricerca Industriale

**19 - 21**
**NGV 2012 Bologna** new  
3<sup>rd</sup> NGVA Europe International Show & Workshops Natural Gas Vehicles-Biomethane-CNG-LNG-Hydrogen blends

**settembre**
**9 - 12**
**SANA**  
Salone Internazionale del Naturale

**25 - 29**
**CERSAIE**  
Salone Internazionale della Ceramica per l'Architettura e dell'Arredobagno

**ottobre**
**9 - 11**
**LINEAPELLE**  
Mostra Internazionale di pelli, accessori/componenti, sintetico/tessuti e modelli per calzatura, pelletteria, abbigliamento e arredamento

**SIMAC**  
Salone Internazionale delle Macchine e delle Tecnologie per le Industrie Calzaturiera e Pelletteria

**TANNING-TECH**  
Salone Internazionale delle Macchine e delle Tecnologie per l'Industria Conciaria

**18 - 21**
**SAIE**  
Salone Internazionale dell'Edilizia  
**SAIE ENERGIA**  
Salone delle energie rinnovabili e tecnologie a basso consumo per il Costruire Sostenibile

**novembre**
**7 - 11**
**EIMA INTERNATIONAL**  
Esposizione Internazionale di Macchine per l'Agricoltura e il Giardinaggio

**16 - 18**
**IL MONDO CREATIVO**  
Salone dell'Hobbistica Creativa, Belle Arti e Fai Da Te

**17 - 18**
**MODEL GAME**  
Modellismo statico e dinamico

**21 - 23**
**BIG BUYER**  
Mostra Convegno del settore cartoleria/cancelleria di prodotti Ufficio-Scuola-Fantasy per Grandi Compratori italiani ed esteri

**27 - 29**
**FRUITECH INNOVATION** new  
Processing, Packaging and Logistics to Consumer

**dicembre**
**7 - 16**
**MOTOR SHOW**  
Salone Internazionale dell'Automobile

**Worldwide**
**Eventi 2012**
**gennaio**
**17 - 20**
**CONSUMEXPO 2012** new  
Moscow, Krasnaja Presnja

**febbraio**
**21 - 22**
**TREND SELECTION LINEAPELLE NEW YORK**  
New Trends in leather, textiles and synthetics for shoes, handbags, leathersgoods and leatherwear  
New York, Metropolitan Pavilion

**marzo**
**20 - 23**
**OBUV' MIR KOZHI**  
International Exhibition of Shoes and Leather Products Autumn - Winter Collection  
Moscow, Krasnaja Presnja

**aprile**
**24 - 26**
**SHOES FROM ITALY**  
Moscow, Krasnaja Presnja

**giugno**
**dicembre**
**ILLUSTRATORS EXHIBITION**  
Travelling Exhibition from The Bologna Children's Book Fair, Japan

**luglio**
**22 - 24**
**COSMOPROF NORTH AMERICA**  
Las Vegas, Mandalay Bay Convention Center

**settembre**
*Date da confermarsi*
**TREND SELECTION LINEAPELLE NEW YORK**  
New Trends in leather, textiles and synthetics for shoes, handbags, leathersgoods and leatherwear  
New York, Metropolitan Pavilion

**SH CONTEMPORARY**  
The Leading Asian Contemporary Art Fair  
Shanghai, SEC - Shanghai Exhibition Centre

**ottobre**
**16 - 19**
**OBUV' MIR KOZHI**  
International Exhibition of Shoes and Leather Products Spring - Summer Collection  
Moscow, Krasnaja Presnja

**novembre**
**14 - 16**
**COSMOPROF ASIA**  
The Asia Beauty Event  
Hong Kong, Hong Kong Convention & Exhibition Centre

*Date da confermarsi*
**LINEAPELLE ASIA**  
Guangzhou, Pazhou Complex


# CAMBIARE STRATEGIA

di Francesca Golfetto, Direttore Osservatorio Fiere - Università Bocconi



La crisi ha colpito anche il mercato fieristico europeo che è entrato in una fase di stagnazione perdendo slancio rispetto al passato

**A** partire dai primi anni Duemila, il mercato fieristico europeo è entrato in una fase di sostanziale stagnazione e gli eventi commerciali di tipo collettivo hanno perso lo slancio del passato.

La crisi economica si è inserita in questa situazione e ha provocato ovunque cadute di attività, con riduzioni che arrivano fino al 20-25% del fatturato degli organizzatori fieristici e dei quartieri.

Ma il rallentamento di fondo del mercato fieristico europeo non è dovuto tanto a problemi di domanda delle imprese – che continuano a utilizzare le fiere internazionali come fondamentale strumento di comunicazione e di relazione verso i mercati esteri – quanto al cambiamento strutturale che ha da poco iniziato a profilarsi sui sistemi manifatturieri mondiali. ▶



Lo sviluppo dei nuovi mercati, soprattutto orientali, ha portato infatti a un significativo sviluppo delle manifestazioni fieristiche di quei paesi, con tassi di crescita delle manifestazioni e dei relativi utenti fino al 15-20% annuo. È diventato più facile e più efficace per le imprese europee raggiungere questi mercati attraverso partecipazioni dirette a fiere locali, invece che europee. In tal modo, la distribuzione dei budget delle imprese tra fiere con sede nelle tradizionali location in Europa e fiere con sede sui nuovi mercati ha ridotto le possibilità di sviluppo per le prime.



**IL NUOVO POLICENTRISMO DEL MERCATO FIERISTICO MONDIALE**

Con lo sviluppo dei nuovi poli manifatturieri e fieristici, il sistema mondiale si va ora strutturando su 3-4

grandi aree continentali (Europa, Nord e Sud America, Cina e Asia Orientale, India e Medio Oriente), mentre in passato le manifestazioni fieristiche rilevanti (quelle in cui si capiva l'andamento dell'intera in-

dustria) erano soprattutto in Europa e, in misura molto più limitata, negli Stati Uniti. Il sistema fieristico mondiale sta seguendo le grandi aree di domanda ed è presso queste aree che gli espositori vanno ▶

le aziende informano



**Riflettori accesi su RemTech 2012**

Dal 19 al 21 settembre 2012, presso la Fiera di Ferrara, torna RemTech Expo 2012.

Giunto alla sesta edizione e con un numero sempre crescente di espositori e di visitatori, il Salone più specializzato in Italia sulle bonifiche dei siti contaminati e la riqualificazione territoriale si rivolge quest'anno ancor più marcatamente a istituzioni, aziende, associazioni di categoria, università, industria e comparto petrolifero.

A un'importante promozione sul mercato internazionale e un Road Show su quello nazionale si affiancano un'area espositiva rinnovata e ampliata, oltre trenta sessioni congressuali di elevato profilo tecnico-scientifico, corsi di formazione per operatori, autorità e decision makers, prove pilota e dimostrazioni sul campo, delegazioni straniere dei principali buyers, focus sull'innovazione tecnologica, premi speciali, di laurea e di dottorato.

Una particolare attenzione è rivolta ai settori della riqualificazione, delle demolizioni e del riutilizzo dei materiali, mentre alla tutela delle coste è dedicata la sezione speciale di RemTech, Coast Expo, l'appuntamento più specializzato in Italia sulla protezione della costa e del mare. Con la collaborazione delle principali istituzioni, regioni costiere e autorità portuali, Coast focalizza i temi dei dragaggi, dei sedimenti, delle opere di difesa e tutela del mare, dei bacini e dei corsi d'acqua,



e offre ad aziende, professionisti, autorità e pubbliche amministrazioni corsi di formazione sulla protezione del litorale e sul monitoraggio dell'ambiente costiero.

Ad arricchire una proposta culturale già prestigiosa sulla vulnerabilità del territorio è, infine, Sismo 2012, il focus sulla sismologia e la zonizzazione sismica.





Per informazioni:  
 Ferrara Fiere Congressi  
 Ufficio Stampa  
 dmodonesi@ferrarafiare.it  
 Tel. 0532 909495 - 900713  
 www.remtechexpo.com

# Un partner per il successo del vostro business nel mondo



MONACOFIERE è la rappresentanza ufficiale per l'Italia dell'Ente Fiera di Monaco di Baviera (Messe München International) che, con i suoi circa 40 saloni dedicati a beni di investimento, beni di consumo e nuove tecnologie nella sola piazza di Monaco di Baviera, è uno dei principali organizzatori fieristici al mondo, con oltre 30.000 espositori e circa due milioni di visitatori ogni anno. Messe München International organizza inoltre saloni specializzati in Asia, Russia, Medio Oriente, Sudamerica e, ora, anche in Africa, dove è in programma nel settembre 2013 la prima edizione di bauma africa.

La proposta fieristica di MONACOFIERE per le aziende italiane nel biennio 2012-2013 è incentrata principalmente sulle macroaree di edilizia e beni di investimento, con diversi appuntamenti a Monaco di Baviera e nel resto del mondo, dalla Cina all'India, dalla Russia al Sudafrica. Per tutti questi appuntamenti (riportati nel calendario), MONACOFIERE è il referente per le aziende italiane che intendono partecipare alle manifestazioni, sia individualmente sia nell'ambito di eventuali collettive italiane.

	Salone	Sede	Date
	CTT Mosca 2012 - 13° Salone internazionale dei macchinari e delle tecnologie per l'edilizia	Mosca	29 maggio - 2 giugno 2012
	bauma china 2012 - Salone di attrezzature per edilizia, veicoli edili, macchine per materiali da costruzione	Shanghai	27-30 novembre 2012
	bC india 2013 - Fiera internazionale di macchine, impianti, attrezzature e veicoli per cantieri, cave e produzione di materiali edili	Bangalore	5-8 febbraio 2013
	bauma 2013 - 30° fiera internazionale di macchine, impianti, veicoli e attrezzature da cantiere, cava, miniera e produzione di materiali edili	Monaco di Baviera	15 -21 aprile 2013

## INFORMAZIONI E CONTATTI

Monacofiere  
Via Bernardo Rucellai, 10  
20126 Milano (MI)

Tel. (+39) 02 36537854  
Fax (+39) 02 36537859  
info@monacofiere.com

periodicamente a presentare i propri prodotti e innovazioni. Al contrario, la gran parte delle manifestazioni europee che hanno lungamente primeggiato tra tutti gli eventi commerciali collettivi, erano in passato focalizzate sui sistemi di offerta nazionali che funzionavano in modo opposto: richiama- vano cioè dal resto del mondo soprattutto moltissimi visitatori-buyer. Come conseguenza di un sistema fieristico che sta diventando policentrico, il richiamo delle fiere dell'offerta europea (dell'esportazione) verso i buyer extraeuropei si va affievolendo, proprio perché ciascuna delle grandi aree di domanda sta configurando specifiche manifestazioni, adatte ai propri mercati.

**LE ATTIVITÀ FIERISTICHE  
EXTRAEUROPEE DEGLI  
OPERATORI EUROPEI**

Di fronte a questi cambiamenti, molti competitor fieristici stanno intensificando attività e investimenti sui mercati extraeuropei. Ciò risponde all'interesse dei quartieri e degli organizzatori nazionali di operare scambi di espositori tra le diverse aree, oltre che di contrastare le difficoltà economiche connesse con la maturità del mercato fieristico europeo. Soprattutto, tali attività rispondono alla nuova domanda di molti produttori europei di approcciare i mercati emergenti con partecipazioni espositive guidate, scegliendo le manifestazioni che meglio permettono di conoscere quelle economie e che meglio si adattano alle proprie strategie commerciali. Le fiere in questi casi sono infatti preferibili agli altri strumenti di comunicazione perché offrono opportunità di feed-back e di relazioni, di valutazione delle reti commerciali locali, e così via.

Si può notare comunque che le attività e gli investimenti degli organizzatori fieristici sui nuovi mercati so-

no diversi da quelli fatti in passato dagli organizzatori tedeschi, i quali avevano costituito per primi proprie organizzazioni in quelle aree. Oggi i mercati fieristici delle economie emergenti sono già densi di attori che si contendono il mercato o che hanno fissato stabili basi di attività. Di conseguenza, i nuovi investimenti sono mirati soprattutto alla creazione di joint venture con gli operatori locali: il che il più delle volte si traduce nella mera possibilità di acquisire spazi espositivi da rivendere alle imprese europee.

**Molti produttori europei hanno  
esigenza di approcciare i mercati  
emergenti scegliendo le manifestazioni  
che meglio si adattano alle proprie  
strategie commerciali**

**GLI SVILUPPI ALL'ESTERO  
DEGLI ORGANIZZATORI E DEGLI  
ESPOSITORI ITALIANI**

Anche molti organizzatori italiani stanno oggi seguendo la strada dello sviluppo extraeuropeo, strutturando le partecipazioni dei propri clienti alle varie fiere specializzate. Le difficoltà non sono poche perché i nostri organizzatori sono molto piccoli (per le sole manifestazioni internazionali sono oltre un centinaio con organizzazioni in media di 4-5 persone) e, per di più, si muovono in ordine sparso. Si profila così la minaccia di comportamenti competitivi 'frammentati' che riproducono all'estero la 'guerra' delle fiere legata al camp-



Francesca Golfetto

nilismo nazionale, con tutti i danni che ha già fatto in Italia. La volontà di mantenere la propria indipendenza da parte di alcuni quartieri e organizzatori sta infatti producendo la moltiplicazione delle operazioni di joint-venture e di partecipazione a manifestazioni extraeuropee con l'effetto che, nello stesso paese, si vedono gruppi separati di italiani che partecipano a differenti manifestazioni dello stesso settore, con la bandiera di questo o quel gruppo fieristico o Regione. In tal modo si alimenta la guerra delle location e, nella migliore delle ipotesi, si resta poco visibili, vanificando i propri sforzi.

E i produttori? Anche per loro lo sviluppo delle partecipazioni estere si traduce spesso in partecipazioni individuali, lontano dalle aree di produzione e fuori dal controllo delle associazioni nazionali. Così la presenza delle nostre imprese risulta ▶

spesso poco visibile e tantomeno incisiva sulle scelte degli organizzatori locali. Senza contare che le partecipazioni a fiere estere sono supportate da differenti organismi di promozione appartenenti alla sfera pubblica, il che fa apparire ancora più divisa la presenza delle nostre imprese alle manifestazioni estere.

Non è forse superfluo sottolineare quanto sarebbe utile cercare di coordinare queste iniziative e fare massa critica presso poche e selezionate manifestazioni: se non proprio sotto un'unica bandiera, almeno con un preciso progetto di visibilità. Ciò con-

sentirebbe di realizzare innanzitutto utili operazioni di marketing collettivo, che in primo luogo dovrebbero cercare di riunire gli italiani almeno per gruppi di offerta omogenei, senza escludere la possibilità di coinvolgere anche altri paesi europei. In secondo luogo potrebbero essere il campo su cui 'testare' collaborazioni e alleanze più intense tra i nostri organizzatori, oltre che tra i nostri produttori. Sarebbe pertanto opportuno rivedere il concetto di partecipazione alle fiere estere e i supporti che ad esse vengono destinati. Occorrerebbe incentivare le partecipazioni non come spazio per collettive in cui in cui gli espositori nazionali sono solo fisicamente vicini, ma come strumento di

marketing collettivo, in cui la collaborazione emerge da progetti specifici che consentono l'affermazione di un determinato gruppo. Ecco la sfida che dovranno affrontare i nostri organizzatori nei prossimi anni. Il che significa non limitarsi al brokeraggio di spazi espositivi, ma agire con un sofisticato lavoro di orchestrazione del made in e dei gruppi di espositori che vorranno affermare i loro stili di produzione e i loro prodotti. ■

le aziende informano



## Cesena Fiera, MACFRUT e non solo

Cesena Fiera è la struttura fieristica che a Cesena organizza una trentina di appuntamenti dedicati a vari aspetti dell'economia del territorio che spaziano dal settore dell'arredamento e complementi (Arredo Casa-Salone della cerimonia, C'era una volta), al collezionismo e numismatica (Market retrò, Cefilnum), dalla alimentazione, natura e fauna (Cesena a tavola, Nautalmente, Tartarughe beach), all'hobby e sport (Expo elettronica, Ruotando, Kustom kulture)

La più conosciuta manifestazione è Macfrut (26-28 settembre 2012) che per la sua edizione 2012 presenta alcune importanti novità e un messaggio molto preciso: Macfrut è il pianeta verde del business ortofrutticolo. Macfrut è la rassegna italiana internazionale dell'intera filiera ortofrutticola dove i buyer delle catene distributive (nazionali ed internazionali) incontrano produttori e operatori dell'import-export, dove si possono verificare con mano, gli sviluppi delle tecnologie, dai macchinari al packaging, e le innovazioni di prodotto e di processo. Il tutto con una convegnistica di assoluto rilievo. L'altro grande strumento di Macfrut è il rapporto con le imprese. Sin dalle prime edizioni si pose come momento di stimolo e punto di raccolta delle esigenze delle aziende per rilanciarle lungo tutta la filiera e, quindi, non solo come "vetrina" del settore ortofrutticolo.



Di qui derivano due principali attività svolte da Macfrut: internazionalizzazione e innovazione.

L'agroindustria è protagonista anche con AGROFER, il tradizionale appuntamento con il mondo delle fonti rinnovabili, del riciclo e riuso e che quest'anno ha incrementato il tasso di partecipazione grazie ad anche un forte coinvolgimento delle Istituzioni e degli Istituti formativi.

EXPO 2015

# IL SEGNO DELLA RIPARTENZA

di Giuseppe Magri

Mancano poco più di mille giorni all'Esposizione Universale di Milano 2015 e i lavori di preparazione sono a pieno regime. Non poteva mancare la nostra finestra su uno degli eventi più attesi dal paese e dalle imprese. Diana Bracco, presidente del Progetto Speciale ricerca e innovazione ed Expo 2015 di Confindustria, inaugura lo spazio che da questo numero dedichiamo alla manifestazione



**Expo 2015 è davvero una grande occasione di crescita e di sviluppo?**

Le Esposizioni universali sono da sempre un'opportunità straordinaria per i paesi ospitanti, che possono mostrare al mondo il meglio della propria innovazione tecnologica, della propria produzione nazionale e della propria tradizione culturale. Ecco perché anche oggi l'Expo rimane un evento che le nazioni si contendono con cavalleresca rivalità.

Già nel 1906 Milano raggiunse questo ambito traguardo e per l'occasione celebrò l'apertura del traforo del Sempione. Oggi, a distanza di più di un secolo, grazie all'Expo 2015 l'Italia avrà una seconda chance per intensificare le relazioni bilaterali, economiche, scientifiche e culturali con i paesi di tutto il mondo. Come nel 1906, l'Esposizione del 2015 valorizzerà la nostra vocazione internazionale. ▶



“Sono fiduciosa che quello di Milano sarà il primo grande evento del dopo crisi e un volano di crescita nell’attuale, difficile congiuntura”



Diana Bracco

**La manifestazione potrebbe svolgere, un ruolo anticiclico in questo difficile momento per l’economia?**

Assolutamente sì. Sono fiduciosa che quello di Milano sarà il primo grande evento del dopo crisi: il suggello della ripartenza e della rinascita. L’Expo, infatti, è anche un volano di crescita importantissimo nell’attuale, difficile congiuntura.

L’Esposizione universale darà nuovo impulso all’occupazione e all’economia milanese, lombarda e italiana. E permetterà di attrarre in Italia nuovi capitali stranieri, rilanciando il nostro turismo, le nostre eccellenze produttive e quelle infrastrutture che le imprese chiedono da anni.

A questo riguardo, Expo 2015 non potrà prescindere dal contributo delle migliori realtà imprenditoriali del paese, che spesso sono aziende piccole e medie, e proprio attraverso la cooperazione con l’impresa potrà dare vita al più importante rilancio economico degli ultimi anni.

**Lei è sia presidente di Expo 2015 Spa, sia del Progetto Speciale Expo 2015 di Confindustria. Cosa sta facendo il sistema delle imprese?**

Sin dalla vittoria italiana del 2008 abbiamo lavorato molto per facilitare la conoscenza dell’evento sul territorio e per diffondere le prime ricadute economiche tra le imprese del paese. Lo fanno bene le oltre 300 associazioni e aziende di ogni dimensione e settore che hanno aderito al Progetto Speciale Expo 2015 di Confindustria, partecipando ai sette gruppi di lavoro tematici.

Uno sforzo progettuale e una mole di lavoro enorme, realizzati anche in collaborazione con il sistema delle Camere di Commercio, le Fiere e gli Operatori della Mobilità: penso al Progetto Ict per Expo 2015, lanciato con Assolombarda, Cciao di Milano, Confcommercio e Unione del Commercio.

Tra il 2011 e il 2020 si stima  
occuperà circa  
61 mila persone l’anno

Penso al Premio per l'Innovazione di Confindustria che fino al 2015, sarà dedicato ai temi dell'Expo; al tavolo di lavoro con Expo 2015 Spa per stimolare l'attivazione di proposte turistiche combinabili con una visita all'Expo; penso infine al progetto di Formazione integrata scuola/impresa nel settore dell'alimentazione. Ci sono poi altre attività importantissime: il Roadshow Expo incontra le imprese, i tavoli congiunti con la società di gestione, la piattaforma appalti, la newsletter appalti e gli strumenti comunicativi messi in pista. Sono alcuni degli asset che quotidianamente adoperiamo per favorire la partecipazione delle aziende all'Expo, anche tramite l'aggregazione di pmi, supportandole nella valutazione di eventuali opportunità di business. In particolare il Roadshow, che ha avuto uno straordinario successo, ha fatto tappa a Roma, Milano, Verona, Pistoia, Torino, Bologna, e andremo anche a Napoli, Palermo e in Puglia.

**L'evento sarà decisivo per il paese. Ma è molto importante 'come' ci si arriverà. Riscontra delle criticità?**

L'Expo di Milano è un grande progetto nazionale e, nonostante la crisi finanziaria e le difficoltà politiche che all'inizio si sono palesate tra i soci della società, nel corso di questi anni la squadra di Expo ha centrato diversi obiettivi: l'approvazione definitiva del dossier di registrazione, l'apprezzamento da parte del Bie per il progetto e la governance, la positiva risoluzione della questione delle aree, la definizione di un modello di disciplina urbanistica, con oltre il 56% dei terreni destinato a parco.

Expo 2015 è ormai entrato nella fase della concretezza operativa: i cantieri sono aperti, gli operai sono al lavoro alla costruzione del sito e sono state bandite le prime gare, anche per i servizi.

Cito anche le continue adesioni dei paesi di tutto il mondo, che con la Corea del Sud – paese essenziale perché uno dei leader tecnologici mondiali e in quanto sede quest'anno dell'Expo 'intermedio' di Yeosu – sono arrivati a 71. Cito infine la disponibilità di partner privati importanti come Telecom e Cisco.

Tanti traguardi che ci permettono di guardare al 2015 con più serenità e rinnovato entusiasmo.

Dobbiamo smetterla di pensare sempre e soltanto ai problemi e alle criticità. Questo paese deve ritrovare la fiducia e il coraggio di credere in se stesso, con lo sguardo rivolto al futuro. *(ha collaborato Maria Carla Moglia)* ■

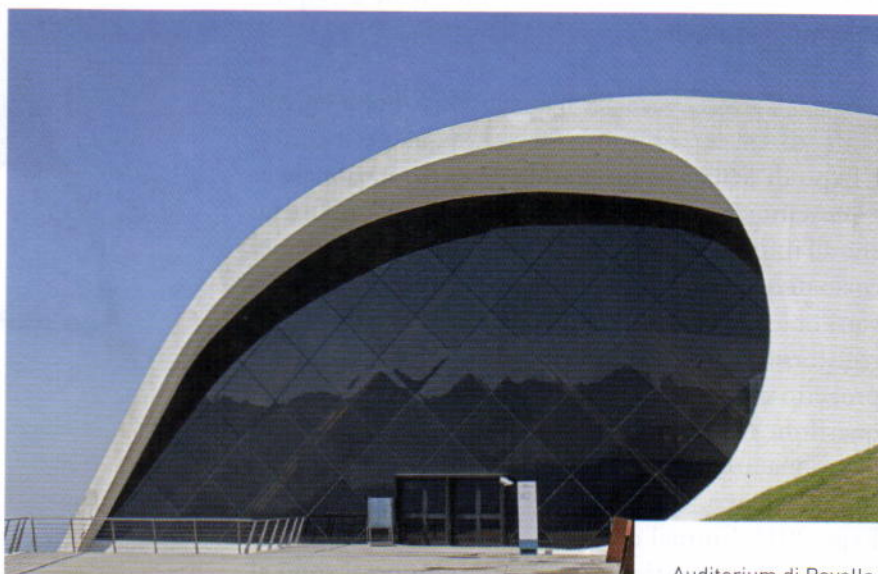


ATTUALITÀ

# 150 anni di storia DEL CEMENTO

Il 2011 si è chiuso con un calo del consumo di cemento pari al 3,5% rispetto al 2010, confermando l'andamento negativo per la filiera delle costruzioni in corso già da qualche anno. E nessuna schiarita si intravede all'orizzonte.

Ne abbiamo parlato con Alvise Zillo Monte Xillo, presidente Aitec



Auditorium di Ravello

**A**itec, l'associazione che riunisce le imprese produttrici di cemento, ha festeggiato l'Unità d'Italia realizzando il volume "150 anni di storia del cemento in Italia. Le opere, gli uomini, le imprese", che ripercorre il cammino del nostro paese attraverso gli esempi architettonici più significativi. Eppure non è un bel momento per il settore.

Una delle ultime indagini condotte da Aitec registra infatti aspettative piuttosto basse per il 2012 nell'ambito della progettazione, il comparto che più di altri anticipa le tendenze del mercato.

## Quali sono i motivi della crisi?

Sono ormai cinque anni che l'intera filiera delle costruzioni sta vivendo una fase molto delicata. Per il 2012 tutti gli indicatori economici a nostra disposizione si confermano molto negativi e sembrano convergere nella direzione di una continuità dei segnali recessivi registrati nei trimestri precedenti.

Il mercato delle costruzioni, pur scontando un certo grado di maturità, ha inevitabilmente risentito delle tensioni finanziarie internazionali.



Atvise Zillo Monte Xillo

“In un momento di crisi come quello attuale, è indispensabile favorire il partenariato pubblico-privato per finanziare la realizzazione delle infrastrutture”

A ciò vanno aggiunti lo stallo nella realizzazione delle opere infrastrutturali, la diminuzione del credito destinato agli investimenti in costruzioni e il cronico ritardo nei pagamenti della Pubblica amministrazione.

**Se i Comuni bloccano le piccole opere per mancanza di risorse, qual è la situazione nell'ambito delle grandi opere, in particolare, per le infrastrutture previste dai progetti TEN-T?**

Il 19 ottobre scorso la Commissione Ue ha adottato una proposta di modifica dell'intera rete di trasporti europea. La posta in gioco è molto elevata in termini sia di risorse che di credibilità.

È dimostrato come una delle componenti fondamentali dello sviluppo economico e dell'incremento di competitività delle imprese sia un'efficiente e moderna rete infrastrutturale.

Se riusciremo a conciliare la garanzia di totale copertura finanziaria di questi progetti con la profonda e rinnovata attenzione alla creazione del consenso, evidenziando i vantaggi che la collettività può trarre dall'opera in questione, allora potremo davvero dire di aver voltato pagina e creato una nuova concertazione costruttiva tra pubblico e privato.

**Come si possono attirare capitali privati e favorire in generale il partenariato pubblico-privato?**

In un momento di crisi come quello attuale, è assolutamente indispensabile l'apporto di capitali non esclusivamente pubblici nella realizzazione delle opere infrastrutturali. Presupposto fondamentale per il coinvolgimento dei privati è la certezza delle norme amministrative che regolano le procedure di partenariato pubblico-privato. Per favorire lo sviluppo e la diffusione di tali pratiche è auspicabile innanzitutto un maggiore coordinamento tra i vari livelli della Pubblica amministrazione per evitare sovrapposizioni di procedure e competenze.

Questo, unito a una più elevata flessibilità nelle procedure di affidamento dei lavori, a una superiore attenzione nella predisposizione dei contratti e soprattutto a una maggiore tutela degli interessi dei finanziatori potrebbe aiutare a superare le criticità che impediscono uno sviluppo adeguato del project financing in Italia.

**Come valuta il piano casa varato lo scorso anno? Ha prodotto risultati significativi per l'industria cementiera?**

Le prospettive per il rilancio del settore delle costruzioni erano davvero ottime, ma oggi possiamo tranquillamente affermare che il piano casa è sostanzialmente fallito. D'altronde, la previsione costituzionale di un rinvio alle regole fissate da Regioni e Comuni in virtù della loro competenza concorrente già da sola ne comprometteva l'effettiva efficacia. ▶

Diverso sembra essere, invece, il cosiddetto decreto sviluppo che contiene disposizioni che incentivano la riqualificazione delle aree urbane. Come ha sottolineato Ance, a differenza del piano casa, queste norme, prevedendo l'incentivazione anche su edifici non residenziali dismessi o in via di dismissione, possono davvero avviare una politica di riqualificazione di zone degradate e rilanciare non solo l'attività edilizia, ma anche una nuova progettualità sociale ed economica.

**In Italia i tempi di realizzazione delle opere pubbliche sono lunghissimi. Quali fattori incidono di più?**

In Italia la fase di cantiere rappresenta un segmento importante, ma non preponderante rispetto all'intero percorso di realizzazione di un'opera. È la fase che precede l'avvio dei lavori a coprire in genere più della metà del tempo di attuazione, di cui circa il 50% riflette i cosiddetti tempi di attraversamento, tempi cioè che seguono la chiusura di una fase amministrativa e precedono l'avvio della successiva.

Se snelliamo tali tempi di attraversamento, si potrebbe drasticamente ridurre il tempo complessivo di realizzazione delle opere.

**Per limitare l'incidenza del costo dell'energia il settore sta lavorando per incentivare l'uso di combustibili da rifiuto. In che modo?**

L'utilizzo efficiente delle risorse naturali che l'Europa si pone come obiettivo al 2020 non può prescindere dalla gestione dei rifiuti come risorsa. Però, al contrario del resto d'Europa, in Italia incontriamo difficoltà a livello locale. Stiamo lavorando per promuovere importanti modifiche normative per la semplificazione delle procedure di autorizzazione per il rilascio in tempi certi dei permessi necessari, e sbloccare così gli investimenti per l'adeguamento delle cementerie.

È una soluzione win-win-win, che consente al settore di risparmiare sulla bolletta energetica e al tempo stesso di ridurre le proprie emissioni di CO<sub>2</sub>; alla Pubblica amministrazione di risparmiare sui costi della gestio-



Museo Maxxi di Roma

## UNA NARRAZIONE PER IMMAGINI

Ci sono il museo Maxxi di Roma dell'architetta iraniana Zaha Hadid, l'Auditorium di Ravello progettato da Oscar Niemeyer, il viadotto sul Gorsexio di Silvano Zorzi e l'Aula Paolo VI di Pier Luigi Nervi. E andando più indietro nel tempo, il Colosseo Quadrato della Capitale, lo stabilimento Fiat Lingotto a Torino e la Galleria Vittorio Emanuele II a Milano. Una vera e propria narrazione per immagini quella proposta da Aitec con il volume "150 anni di storia del cemento in Italia. Le opere, gli uomini, le imprese", con cui l'industria cementiera rende omaggio a se stessa e al paese attraverso i migliori esempi architettonici.

Publicato da Gangemi, il volume è suddiviso in due parti: la prima, curata da Tullia Iori, docente di architettura tecnica all'università Tor Vergata di Roma, propone per ogni anno, dal 1861 al 2011, un'immagine simbolo. Come spiega la studiosa è possibile riconoscere in queste sequenze le tappe di un progresso costante, partito con la costruzione delle linee ferroviarie dopo l'unificazione, proseguita con l'adozione del cemento armato in funzione antisismica; fino ad arrivare agli anni del miracolo economico, con il grattacielo Pirelli e il Piano Ina Casa. La fiducia verso questo materiale si incrina con alcuni drammatici episodi primo fra

ne dei rifiuti che oggi vengono smaltiti in discarica; al cittadino di avere garantita la tracciabilità dei rifiuti e una riduzione della tassa/tariffa sui rifiuti.

**Il padiglione italiano dell'Expo di Shanghai 2010 è stato ammirato da tutto il mondo per la straordinaria innovazione del cemento trasparente. Quali sono le prossime sfide tecnologiche?**

È noto a tutti come la principale sfida che il mondo – e di conseguenza i settori industriali – si trovano ad affrontare sia quella di ridurre le emissioni di gas serra per combattere il riscaldamento globale.

Il nostro settore, che già negli ultimi decenni ha investito ingenti risorse per ottimizzare il ciclo produttivo e ridurre i consumi di energia prima-



Viadotto della ferrovia in costruzione - Piteccio, 1861

ria, si sta ora concentrando in ricerca e sviluppo di nuovi prodotti, valutando possibili soluzioni per l'utilizzo di nuove tecnologie disponibili sul mercato come, ad esempio, l'uso delle nanotecnologie che permetteranno di ottenere cementi e materiali da costruzione sempre più rispettosi dell'ambiente. La chiave vincente della nostra ricerca sarà quella di poten-

ziare la capacità di ridurre sempre più il consumo di materie prime non rinnovabili, migliorando al contempo le caratteristiche e i benefici che rendono il cemento, già adesso, uno dei materiali da costruzione più sostenibile. (s.t.) ■



tutti il crollo della diga del Vajont nel 1963, che trasformerà il cemento per diversi anni presso l'opinione pubblica come il "capro espiatorio del 'sacco' del territorio". Oggi il materiale vive una nuova fortunata stagione: l'ultima delle innovazioni è il cemento trasparente, protagonista indiscusso del padiglione italiano all'Expo di Shanghai 2010. Una sperimentazione che si deve ai grandi del cemento ai quali è dedicata la seconda parte del volume affidata al giornalista Alessandro Marzo Magno.

# Protagonisti di un nuovo DIBATTITO CULTURALE

di Chiara Santarelli



Riscrivere un manifesto programmatico per vincere la sfida della competitività. È l'obiettivo di Mauro Maccauro, neo presidente Confindustria Salerno

Fresco di elezione (è stato nominato il 3 febbraio scorso), il presidente che guiderà Confindustria Salerno per i prossimi quattro anni è Mauro Maccauro, trentannenne direttore generale della Euroflex Spa di Mercato San Severino, azienda specializzata nella produzione di prodotti siderurgici. “Anziano” per esperienza associativa (membro della Giunta di Confindustria e past president dei Giovani di Salerno prima e della Campania poi), ma giovanissimo per età, ha il compito di guidare l'associazione in un momento difficile, non solo per il suo territorio. Lo siamo andati a intervistare.

**È in momenti di grave crisi economica che si rende necessario e importante il ruolo di associazioni come Confindustria. Quali sono le priorità della sua presidenza?**

Le emergenze sono tante e in quanto tali sono tutte priorità: credito, relazioni industriali, infrastrutture, burocrazia.

Bisognerà attivarsi concretamente e con iniziative specifiche su ognuno di questi temi per aiutare i nostri associati a fronteggiare una fase di grave crisi economica.

### **I giovani solitamente amano le innovazioni e le novità, ce n'è in cantiere qualcuna per Confindustria Salerno?**

Di idee ce ne sono e con grande impegno sono tutte perseguibili.

Con la collaborazione delle istituzioni vogliamo lanciare lo sportello unico per attrarre nuovi investitori. La burocrazia non dovrà essere un gap per chi fa impresa, né per gli imprenditori stranieri interessati a investire a Salerno. Dobbiamo creare una forte sinergia anche con le strutture alberghiere.

Gli imprenditori dovranno farsi carico di portare in giro per il mondo il catalogo con le nostre migliori strutture ricettive e le nostre più belle località turistiche: chiederemo agli stessi albergatori di mettere in ogni stanza un catalogo delle aziende salernitane per lasciare un segno tangibile ai nostri turisti.

Vogliamo stringere un vero e proprio patto di sviluppo per il territorio.

### **Quali progetti a sostegno delle pmi?**

Avvieremo al più presto un tavolo del credito permanente per tenere alta la guardia nel rapporto tra banche e imprese, chiedendo ai nostri associati di

denunciare i fattori di criticità dovuti alle ristrettezze del credito bancario. Monitoreremo la situazione debitoria degli enti locali verso le nostre aziende al fine di avviare un tavolo tra noi, l'Abi e gli stessi enti locali per verificare la possibilità di altre forme di pagamento.

Ci confronteremo in maniera più 'sindacale' con gli enti con cui quasi quotidianamente si interfacciano le nostre aziende (Sovrintendenze, Asl, Autorità di Bacino, Genio Civile, Asi, etc. ).

Un'interlocuzione che aiuti a diffondere la cultura d'impresa anche in quegli ambiti della burocrazia che, talvolta, riteniamo siano elementi di forte rallentamento della crescita economica del nostro territorio.

### **Tra i punti del suo programma è molto sentito il rapporto con le istituzioni locali: quali le attività per allacciare questo importante dialogo costruttivo?**

Ci confronteremo con le istituzioni locali ricordando sempre che la nostra associazione dovrà essere aperta, autonoma, autorevole e apartitica. Con queste premesse lavoreremo a beneficio di un sano trasversalismo istituzionale, a vantaggio del territorio e lontano dalle beghe politiche.

### **Vuole lanciare un messaggio alle aziende del territorio salernitano?**

Dobbiamo essere protagonisti di un nuovo dibattito culturale.

Rilanciare un tavolo tecnico-politico con le altre associazioni datoriali e con le forze sindacali per riscrivere un manifesto programmatico nuovo per la nostra provincia, che dovrà essere laboratorio di idee innovative e di visione strategica per vincere la sfida della competitività dei territori cui siamo chiamati a dare il nostro contributo, come classe dirigente.

Non smetteremo mai di credere che ogni cosa che faremo, soprattutto se riusciremo a farla insieme, potrà servire. ■

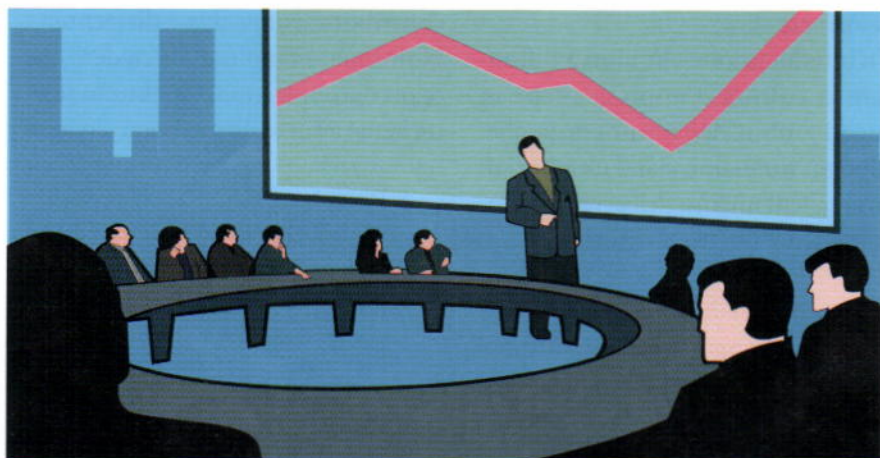


Mauro Maccauro

“Ci confronteremo con le istituzioni locali e lavoreremo a beneficio di un sano trasversalismo, a vantaggio del territorio e lontano dalle beghe politiche”

# Manager di qualità PER LE PICCOLE IMPRESE

di Martina Mondelli



**C**onquistare nuovi mercati, stringere alleanze strategiche, recuperare efficienza produttiva, migliorare il rapporto con il sistema bancario, rafforzarsi patrimonialmente. Sono questi i percorsi sui quali la piccola industria può e deve investire per riuscire a fare quel salto di qualità indispensabile per eccellere, anche a livello internazionale. Mai come oggi è necessario puntare su produzioni innovative e di elevato valore aggiunto: l'unica strada per rimanere competitivi nei confronti dei paesi in forte sviluppo e in un contesto congiunturale molto difficile e complesso.

È chiaro che un impulso determinante a questi processi può derivare anche dalla qualità del management.

Sostenere la managerializzazione delle pmi è un principio strategico che Piccola Industria appoggia da tempo sia a livello nazionale che europeo. Un'azione che, non a caso, ha portato al riconoscimento da parte della Commissione europea dell'esigenza di promuovere la managerialità nelle imprese di minori dimensioni inserendo questo aspetto tra le linee strategiche della Comunicazione di revisione dello Small Business Act approvata nel 2011.

Proprio in questa direzione va la collaborazione tra Piccola Industria, Fondirigenti e Federmanager: un progetto triennale che si pone l'obiettivo, attraverso l'utilizzo delle opportunità offerte dai fondi, di favorire lo sviluppo delle pmi mediante un potenziamento della capacità del management.

Un'iniziativa che parte anche dalla consapevolezza di dover individuare soluzioni capaci di permettere un utilizzo più efficace ed efficiente delle risorse costituite dallo 0,30% del monte salari trasferito dall'Inps su un conto aziendale dedicato.

Al fine di massimizzare il ritorno del progetto, le risorse messe a disposizione da Fondirigenti saranno concentrate su tre direttrici prioritarie e su elementi trasversali a tutti i settori delle pmi:

- produttività e lean organization (per approfondire le tecniche di rafforzamento dei processi aziendali interni, le politiche di back office e post vendita, la riduzione dei costi diretti e indiretti, le metodologie di cambiamento);
- internazionalizzazione (attraverso un corretto benchmarking della concorrenza, la creazione di reti di vendita all'estero, il knowhow legale e amministrativo);
- alleanze e finanza (migliorando la capacità di aggregazione e partnership tra imprese, la gestione della finanza, anche straordinaria; identificando le migliori modalità per affrontare adeguatamente il passaggio generazionale).



In ognuno di questi ambiti saranno individuati interventi formativi mirati, anche in attività di coaching individuale, di counseling, in una logica di consulenza in azienda, e di affiancamento manageriale diretti a imprenditori e dirigenti – pur se momentaneamente disoccupati – e alle altre risorse umane rilevanti per le strategie aziendali. Proprio in un'ottica propedeutica e formativa sarà infatti possibile impiegare le risorse di Fondirigenti anche per la formazione di quadri apicali e giovani ad alte potenzialità professionali, sui quali si intende puntare per rafforzare la propria competitività.

Visto l'aspetto innovativo di questa collaborazione ci sarà una prima fase di sperimentazione svolta su alcune province e regioni, con il supporto delle territoriali del sistema confindustriale, e attraverso la stipula di convenzioni ad hoc. Questa fase servirà per approfondire, anche mediante workshop specifici, e individuare le

## Piccola Industria, Fondirigenti e Federmanager lanciano un progetto formativo triennale per favorire lo sviluppo delle pmi potenziando le capacità di dirigenti e funzionari

migliori modalità per far emergere la formazione informale delle pmi, le soluzioni formative più adatte alle singole imprese e alle diverse figure professionali, le modalità di finanziamento più adeguate, come incentivare l'ingresso dei manager in azienda.

L'iniziativa potrà inoltre contare su incontri formativi e informativi da realizzare sul territorio e su un'ampia campagna di comunicazione sui media nazionali e locali necessaria a dare forte rilevanza al progetto. Un impegno rivolto a rendere la formazione dei manager e delle figure apicali delle imprese, anche se piccole, concretamente funzionale al rafforzamento strategico del nostro sistema produttivo e, quindi, dell'intero paese. ■

# NUOVI MONDI NUOVI MODI

di Ely Szajkowicz

**U**n'ubriacatura culturale collettiva ci sta inchiodando a rimpiangere la smarrita competitività italiana, impedendoci di realizzare che in realtà stiamo vivendo qualcosa di già vissuto.

Certo, l'economia italiana è in affanno, la fiducia dei consumatori è scesa, le aziende sono incerte di fronte ai mercati.

Ma l'Italia industriale tutto questo lo ha già vissuto: negli anni Cinquanta e si chiama clima da ricostruzione.

È infatti proprio in questo periodo che siamo diventati uno dei grandi paesi industrializzati al mondo, grazie al fatto che ci siamo inventati modi di lavorare per l'epoca moderni e anche nuovi modelli industriali, letteralmente inventando il modello delle pmi.

Una società in pieno boom demografico, quella dell'Italia del dopoguerra, con una gran voglia di vivere bene, dopo anni di contingentamento dei beni primari e di scarsità di quelli secondari, aspirando ad avere possibilmente anche quelli di alta gamma.



In pillole, è quello che vivono oggi moltissimi paesi dell'Africa subsahariana, con una classe dirigente formata in Occidente, abituata ai suoi standard di vita e impegnata a creare sviluppo endogeno e welfare.

Dopo il colonialismo, dopo gli aiuti internazionali a pioggia spesso sprecati, dopo gli assalti alle materie prime e alle risorse naturali del Continente, su cui poggiano le economie occidentali, oggi la crisi internazionale ha fatto prendere conoscenza ai principali paesi subsahariani del posizionamento mondiale cui possono legittimamente aspirare.

Un caso emblematico è quello dell'Angola per cui il Fondo monetario internazionale prevede un tasso di crescita del Pil a +10,8% per il 2012 e del 6% per gli anni successivi. Questa impetuosa crescita economica consente a Luanda di considerare con forte interesse investire in Portogallo e non solo.

Un rovesciamento epocale dei rapporti bilaterali tra sud e nord di Eurafrica.

L'ex potenza europea colonizzatrice dell'Angola è oggi indebolita dalla

crisi del debito interno e vincolata a privatizzare in tutto o in parte la compagnia aerea Tap, l'azienda Energias de Portugal e la banca Bpn, secondo l'accordo raggiunto nel 2011 con l'Unione europea e il Fondo monetario internazionale. Già oggi il 3,8% della Borsa di Lisbona è in mano di investitori dell'Angola che ha una classe imprenditoriale privata molto ben strutturata. Fondata nel 1930, sono oltre 5mila le aziende angolane associate all'Aia, Angolan Industrial Association, l'organizzazione imprenditoriale centrale del paese, il cui presidente José Severino fa regolarmente la spola tra Angola e Europa. E noi. Assafrica&Mediterraneo e Aia hanno firmato lo scorso gennaio un accordo per sviluppare una forte collaborazione commerciale e industriale tra Angola e Italia: allora ci siamo



José Severino

chiesti cosa non ha funzionato nell'internazionalizzazione dell'industria italiana. E abbiamo rovesciato l'ottica. Niente viaggi, niente missioni esplorative: l'Aia segnalerà direttamente ad Assafrica&Mediterraneo cosa serve alle imprese associate, con un metodo di lavoro on demand. Sempre l'Aia ci indicherà le banche angolane interessate all'apertura di

linee di credito open con banche italiane per finanziare l'acquisto di nostri beni e servizi, con copertura Saace, se richiesta, tipicamente sotto forma di conferme di crediti documentari anche a pagamento dilazionato. Una strumentazione finanziaria concreta per dare certezza ai pagamenti delle imprese angolane e una copertura finanziaria per una forte – e un po' inaspettata – scelta di campo del sistema imprenditoriale angolano per far crescere il suo tessuto imprenditoriale e il suo mercato interno.

Dopo quarant'anni di guerra, dal 2002 gli angolani hanno scoperto la pace. Bisogna ricostruire tutto.

A fronte di un sistema nazionale ancora fortemente incentrato sugli idrocarburi, l'Angola sta puntando su ▶



Assafrica&Mediterraneo e Aia hanno firmato un accordo per sviluppare una collaborazione commerciale e industriale tra Angola e Italia

un aumento della spesa pubblica e sull'attrazione degli investimenti esteri, attraverso incentivi al settore privato e vetrine commerciali multisettoriali che permettano la conoscenza diretta delle potenzialità del paese.

Non a caso l'accordo prevede anche lo sviluppo di progetti specifici nel settore agribusiness e la partecipazione delle imprese italiane alle due principali manifestazioni fieristiche del paese, la Fiera internazionale di Benguela-Fib a maggio e la Fiera internazionale di Luanda-Filda a luglio, che Assafrica&Mediterraneo si è impegnata a promuovere per l'Italia. Dall'Angola ci si proietta su una macrozona regionale di circa 500 milioni di consumatori per cui queste Fiere sono un appuntamento importantissimo.

Economia racchiude in sé la parola "oikos", cioè casa.

Per questo abbiamo scelto "Nuovi Mondi, Nuovi Modi" come titolo dell'annuale networking day della business community di Assafrica.

Robert Kennedy diceva che "tutti noi possiamo costruire un pezzetto di pace". Tutti noi possiamo costruire un pezzetto di economia, cioè di casa nostra.

Si è parlato e si parlerà molto di Angola in casa di Assafrica. ■

## Fausto Aquino Presidente di Assafrica



Ci sia permesso, per una volta, di pavoneggiarci un po'.

Fausto Aquino, direttore di questa rivista, è il nuovo presidente di Assafrica&Mediterraneo.

Eletto lo scorso dicembre nel corso dell'assemblea annuale dell'associazione, Aquino succede a Giovanni Ottati e resterà in carica due anni. Imprenditore di terza generazione, ha una lunga formazione all'interno del sistema confindustriale:

presidente dei Giovani Imprenditori di Cosenza, vice presidente regionale del Gruppo Giovani, poi presidente Piccola Industria Calabria, vice presidente PI per il quadriennio 2005-2009 e dal 2010 vice presidente di Assafrica&Mediterraneo.

Attivo in più comparti produttivi – dalla sanità all'editoria, con una spiccata passione per il mare e le startup aziendali – di recente ha iniziato un nuovo percorso industriale nel calzaturiero di alta gamma.

Chiare e dirette, come al solito, le idee del suo programma di presidenza: "Inserire sempre più le imprese di Assafrica&Mediterraneo nei grandi programmi di costruzione del welfare dell'Africa, del Mediterraneo e dei paesi del Medio Oriente, protagonisti della rivoluzione che sta modificando gli assetti geo-economici e politici mondiali, riacquistando spazi di mercato. In quest'ottica – ha spiegato immediatamente dopo la sua nomina – vogliamo lavorare per crescere insieme a tutto il sistema Confindustria".

A Fausto Aquino, i migliori auguri di buon lavoro da tutto il Comitato di Direzione. ■



# Alessandro Benetton

## IMPRENDITORE DELL'ANNO

di Sergio Torrisi



**S**i è svolta lo scorso gennaio a Milano, a Palazzo Mezzanotte, la cerimonia per l'assegnazione dei riconoscimenti della XV edizione del Premio Ernst&Young L'Imprenditore dell'Anno. Nato oltre vent'anni fa negli Stati Uniti – nel nostro paese ha debuttato nel 1997 – il Premio riconosce l'eccellenza, premiando gli imprenditori capaci di tradurre la propria cultura aziendale in elemento positivo di crescita e fattore differenziante per la creazione di valore, contribuendo allo sviluppo socio-economico del proprio paese.

Spirito imprenditoriale, direzione strategica, impatto globale, innovazione, integrità, influenza personale e performance finanziarie sono i valori che l'iniziativa vuole premiare nel contesto della nostra economia. In Italia, il Premio si svolge con il patrocinio di Borsa Italiana, il supporto de "L'imprenditore", mensile della Piccola Industria di Confindustria, e la collaborazione del Gruppo 24ore. Il vincitore dell'edizione 2011 – ad oggi, Ernst&Young ha assegnato il riconoscimento a oltre 200 imprenditori di talento – è Alessandro Benetton, vice presidente esecutivo di Benetton Group, azienda internazionale leader nel fashion, "per aver consolidato e rinnovato un'azienda che da oltre 40 anni ricopre un ruolo di

riferimento nei mercati italiano e mondiale". Sarà lui a rappresentare l'Italia all'Ernst&Young World Entrepreneur Of The Year Award a Montecarlo, dove saranno accolti i vincitori dei 50 paesi che concorreranno al titolo di Imprenditore dell'Anno a livello mondiale.

"Alessandro Benetton è un simbolo dell'imprenditoria italiana d'eccellenza: ha saputo apportare valore al sistema paese e sviluppare un modello imprenditoriale integrato con il tessuto socio-culturale e la rete globale – ha commentato Dante Valobra, partner di Ernst&Young e responsabile italiano del Premio – siamo convinti che questi siano i fattori base dello sviluppo della nostra economia e con il Premio vogliamo individuare imprenditori che possano divulgare le proprie esperienze e i propri saperi, fungendo da modello anche per altri".

A confrontarsi per il Premio sono stati imprenditori alla guida, da almeno tre anni, di aziende con fatturato a partire da 25 milioni di euro. In particolare, quest'anno, si è registrata una crescente partecipazione delle aziende con fatturato superiore ai 100 milioni di euro. Il 6% delle candidate era quotato in Borsa, a conferma del fatto che l'assegnazione del Premio può rappresentare un importante indicatore dell'eccellenza anche ▶

## I VINCITORI DI CATEGORIA

**Fashion&Design** Claudio Luti, presidente di Kartell

**Industrial Products** Giulio Bonazzi, presidente e Ad di Aquafil

**Health Science** Maria Laura Garofalo, presidente e Ad del Gruppo Garofalo

**Food&Services** Ernesto Pellegrini, presidente di Pellegrini

**Technology&Innovation** Domenico Petrone, presidente di Viasat Group



nei confronti degli azionisti. Se poi guardiamo all'età riscontriamo che il 10% dei candidati rientrava nella fascia 31-40 anni e il 27% in quella 41-50. Altra significativa novità di quest'anno, il raddoppio della presenza femminile.

Mentre il comparto industriale si conferma il più rappresentato (con l'80% delle candidature) anche se è da sottolineare l'importante presenza dei servizi, che quest'anno hanno totalizzato il 13%. Dal punto di vista della distribuzione geografica, invece, resta in testa il Nord-Est con il 48% delle candidature (il 40% è nel Veneto). ■



Alessandro Benetton



## In cauda venenum di doktorfranz

*In Germania un imbarazzato Presidente Wolff si dimette per aver accettato un prestito. Un anno fa, toccò al ministro della Difesa lasciare l'incarico: aveva copiato la tesi di dottorato. Son colpe gravi, minano la credibilità di chi abbia responsabilità pubbliche e stia in una casa di vetro. Berlino chiama Roma: la linea è libera. Son le poltrone a risultare occupate.*



## BANGLADESH

SINTU DEY ha 60 anni. Lavora in risaia dall'età di 12. Ha sempre fatto questo nella vita. Ma il lavoro con il passare degli anni è cambiato. Oggi i campi vengono irrigati tutto l'anno e i prodotti della terra raccolti più volte nel corso di una stagione. L'acqua è arrivata dove serviva, tra le piantagioni di tè e riso, le principali colture del paese.

# HF

## Elettropompe centrifughe





# 52° SALONE NAUTICO INTERNAZIONALE

GENOVA 6/14 OTTOBRE 2012



Vi aspettiamo dal 6 al 14 ottobre a Genova per il 52° Salone Nautico Internazionale, manifestazione leader nel mondo e punto di riferimento per l'intero settore nautico.

### Dati edizione 2011

- 226.000 visitatori
- 1.300 espositori
- 2.000 barche in esposizione inclusi 450 nuovi modelli



6-9 OTTOBRE 2012  
DATE CONSIGLIATE  
AGLI OPERATORI

I visitatori professionali sono invitati a TechTrade, l'area dedicata agli accessori e ai componenti nautici, nelle giornate preferenziali del 8 e 9 ottobre.

[www.genoaboatshow.com](http://www.genoaboatshow.com)

