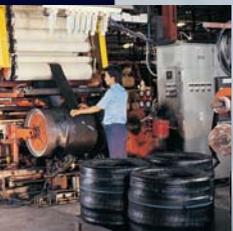


Eureka!

LA RIVISTA DELLE IMPRESE EUROGROUP **8** SETTEMBRE 2013



PUNTIAMO IN ALTO

SOMMARIO



- 3 EDITORIALE
Si riparte, ma con il peso dell'incertezza
- 4 PRIMO PIANO
La donna delle stelle
- 6 TECNOLOGIA E IMPRESE
La tecnica prova a riscattare la stupidità
- 8 STORIE
Con il cuore nella tradizione
e lo sguardo verso l'innovazione
- 10 SOCIETÀ
Con la crisi meno lavoro per gli stranieri.
Per gli italiani ritornano gli antichi mestieri
- 12 LE NOSTRE IMPRESE
Il mondo su misura
- 14 Il destino disegnato da un compasso
- 17 EVENTI
Rimettersi in gioco è possibile
- 18 INIZIATIVE
Un caffè di solidarietà
- 20 NUOVI PRODOTTI
Anche tra imprese il garante è sempre Eurofidi
- 22 FINANZA AGEVOLATA
Piemonte: bando per supportare lo sviluppo
- 24 Iniziative dalle Camere di Commercio
- 25 Tutte le novità dalle regioni
- 26 La nostra presenza in Italia

Eureka!

LA RIVISTA DELLE IMPRESE EUROGROUP

SETTEMBRE 2013

Registrazione presso il Tribunale di Torino
n. 4939 del 26/07/1996
Iscrizione nel Registro degli Operatori
di Comunicazione n. 21158 del 27/05/2011

Proprietà

Eurocons, Società Consortile
per la Consulenza Aziendale s.c. a r.l.
Via Perugia, 56 - 10152 Torino

Editore

Sindacato Provinciale Artigiani C.A.S.A.
Via Santa Teresa, 19 - 10121 Torino

Direzione e redazione

Via Perugia, 56 - 10152 Torino
tel. 011 24191 - fax 011 238.283
eureka@eurogroup.it
www.eurogroup.it
www.eurofidi.biz/eureka/
www.eurocons.biz/eureka/

Seguitemi anche su Facebook/eureka.eurogroup

Direttore responsabile

Alessandra Romano

Caporedattore

Dario Pagano

Hanno collaborato

Marco Casagrande, Fabrizio Cividini, Fabio Furnari,
Ornella Mecucci e Francesco Migliore

Progetto grafico

Agostini, Torino

Impaginazione

Gianluca Negro

Stampa

Tipografia Alzani, Pinerolo (Torino)

Tiratura

22.300 copie

Questo numero di Eureka!
è stato chiuso in redazione il 6 settembre 2013

In copertina

Il 25 luglio scorso, si è svolto con successo il terzo lancio di
un razzo Ariane dall'inizio dell'anno. L'Ariane 5 è partito dalla
base europea di Kourou, nella Guyana Francese, con il satellite
europeo per le telecomunicazioni Alphasat e il satellite indiano
per la meteorologia Insat-3D.
(ESA/CNES/ARIANESPACE-Optique Photo Vidéo du CSG, 2013)

EDITORIALE



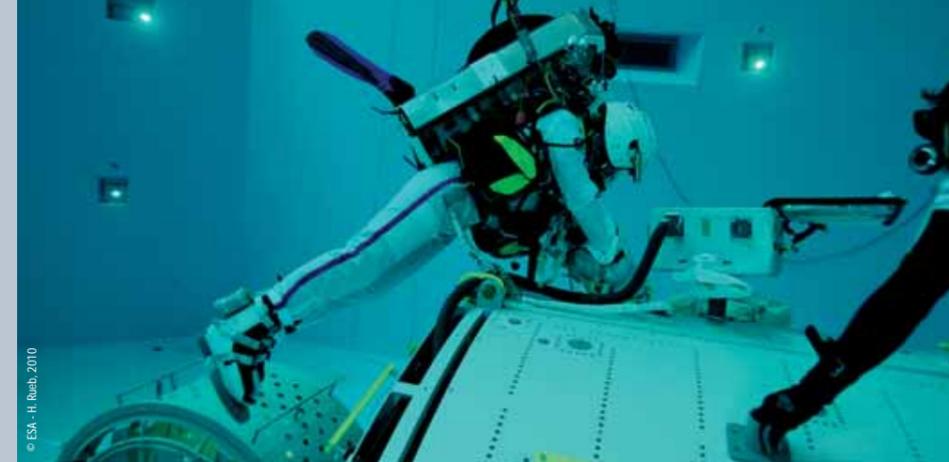
SI RIPARTE, MA CON IL PESO DELL'INCERTEZZA

Settembre è il mese della ripresa delle attività. Si ritorna alle tradizionali occupazioni lavorative dopo la pausa estiva, riaprono le scuole, riparte il quotidiano delle famiglie e delle imprese. Non possiamo nascondere e nascondersi che quest'anno ripartire sarà tuttavia difficile: per le famiglie che devono rivedere i propri bilanci e riprogrammare spese e consumi alla luce dell'attuale situazione; per le imprese, alla presa con pagamenti arretrati e tasse vecchie e nuove. La ripartenza più attesa, infatti, e per nulla scontata, quest'anno sarà quella del Lavoro con la "L" maiuscola, declinata nella produzione e fortemente dipendente da quella economico-finanziaria. Nonostante il mese di settembre quest'anno ci abbia accolto con una situazione di profonda incertezza sull'immediato futuro, in Italia ci sono realtà produttive sane e in crescita sul mercato nazionale e soprattutto su quello estero perché, come raccontiamo in questo numero di *Eureka!* citando gli esempi della Balocco di Fossano (pagina 8) della Paolini di Narni (pagina 12) e della Galvanina di Rimini (pagina 14), sono capaci di innovare e di investire nel presente per il futuro. Capacità e meriti che vanno sostenuti e valorizzati. Questo è il ruolo dei Confidi, qui intervengono Eurofidi e, per la parte di consulenza aziendale, Eurocons. Oggi più che mai, in questo clima di incertezza, le attività di garanzia e i servizi di consulenza prestati dalle società del marchio Eurogroup hanno permesso alle piccole e medie imprese di ottenere la fiducia e il credito necessario per continuare a crescere e a perseverare. Come racconta Rino Mini, presidente della Galvanina nella bella intervista pubblicata più avanti, «le aziende sono fatte di persone e talvolta bisogna scommettere su di loro, chi conosce il modo imprenditoriale riesce più facilmente a percepire le realtà sane e meritevoli di fiducia». I numeri e l'operatività quotidiana delle società del marchio Eurogroup dimostrano che la capacità di comprendere a fondo un'azienda, andando anche oltre i nudi dati dei bilanci, è insita ormai nel Dna aziendale. Un'attività non facile, perché presuppone un rapporto con le imprese che non può e non si deve ridurre solo allo scambio di e-mail o a qualche telefonata. Il nostro impegno è proseguire lungo questa strada per portare sempre più imprese al riparo dalle insidie della crisi.

A tutti, l'augurio di una buona e proficua ripartenza!

 @NobiliMassimo


Massimo Nobili



Nelle immagini di queste pagine, alcuni momenti dell'addestramento dell'astronauta italiana. «È un percorso che dura anni, al fianco di colleghi esperti e sulle orme di centinaia di altri che hanno già operato a bordo della Stazione spaziale - spiega nell'articolo Samantha Cristoforetti -. Ciò su cui ci esercitiamo a terra rispecchia esattamente come è fatta la Stazione, che orbita a circa 400 chilometri dalla superficie terrestre»

LA DONNA DELLE STELLE

Samantha Cristoforetti, ingegnere e capitano dell'Aeronautica, sarà la prima italiana a volare nello spazio. Dopo un lungo e intenso addestramento, nel novembre del 2014 raggiungerà la Stazione spaziale internazionale, in orbita a 400 chilometri dalla Terra, dove rimarrà per sei mesi. In questa intervista ci racconta come si sta preparando per quella missione

■ Clara Attene



Samantha Cristoforetti è nata a Milano nel 1977. È stata selezionata come astronauta Esa nel maggio del 2009

Il volo nello spazio, al di là delle affascinanti suggestioni che può ispirare, è un lavoro che richiede una certissima conoscenza e applicazione delle procedure. Non ha dubbi Samantha Cristoforetti, nata a Milano nel 1977, ingegnere meccanico con una specializzazione in propulsione aerospaziale, astronauta dell'Agenzia spaziale europea (Esa) e capitano dell'Aeronautica Militare. Selezionata come astronauta Esa nel maggio 2009, raggiungerà la Stazione spaziale internazionale, il laboratorio orbitante frutto della collaborazione internazionale tra le agenzie spaziali di Europa, Stati Uniti, Giappone e Russia, alla fine di novembre del prossimo anno per una nuova missione della durata di circa sei mesi. Il suo viaggio partirà dal Cosmodromo di Baikonur, in Kazakistan, a bordo del razzo russo Soyuz con l'Expedition 42/43 e Samantha sarà il settimo astronauta tricolore e la prima italiana a volare nello spazio. Con lei, a bordo della Soyuz, ci saranno il comandante russo Anton Shkaplerov e il collega statunitense Terry Virts, compagni di equipaggio con i quali Samantha sta svolgendo l'addestramento. Dallo scorso 20 luglio, il suo percorso in preparazione del viaggio è anche un diario online, pubblicato su Google+ e Twitter, nel quale tramite foto e commenti racconta la sua preparazione, che copre la navicella Soyuz, i sistemi della Stazione spaziale internazionale, la robotica e le attività extraveicolari. L'abbiamo intervistata per *Eureka!* mentre si trovava al *Lyndon B. Johnson Space Center* di Houston, in Texas.

In cosa consiste l'addestramento di un astronauta?
«È un percorso che dura anni, al fianco di colleghi esperti e sulle orme di centinaia di altri che hanno già operato a bordo della Stazione spaziale. Ciò su cui ci esercitiamo a terra rispecchia esattamente come è fatta la Stazione, che orbita a circa 400 chilometri dalla superficie terrestre. Perciò, per avere una conoscenza completa della strumentazione con cui voleremo e che troveremo lì, la preparazione si svolge tra Stati Uniti, Russia, Giappone e Canada, oltre naturalmente al Centro addestramento astronauti dell'Agenzia spaziale europea a Colonia. Di fatto, essere selezionati per una missione significa passare alcuni anni della propria vita sempre con le valigie in mano perché in ognuno di questi Paesi ci esercitiamo su un aspetto specifico. Ad esempio, a Star City, in Russia (*la Città delle Stelle è un centro militare di addestramento e ricerca spaziale, attivo fin dagli anni Sessanta, nei pressi di Mosca*, NdR) si svolge l'addestramento per pilotare la Soyuz oppure negli Usa per quello che riguarda le passeggiate spaziali e l'uso del braccio robotico con cui lavorano i colleghi all'esterno».

Quali saranno le sue attività una volta a bordo della Stazione?
«La Stazione è di fatto un laboratorio in orbita, in continua attività, per cui quel che si fa non è legato all'arrivo di un astronauta o di un altro. In questo senso, a più di un anno di distanza è difficile fare una previsione esatta di quali saranno i miei compiti. Più in generale, si può dire che per mantenere in vita la Stazione occorrono delle operazioni di manutenzione, che comportano a volte anche delle passeggiate spaziali. C'è poi la logistica, che consiste per esempio nell'arrivo dei moduli ATV, HTV, Dragon o Cygnus che portano in orbita rifornimenti, materiali di ricambio ed esperimenti e, ancora, importantissima, tutta l'attività di ricerca scientifica (*le missioni di rifornimento sono effettuate dai veicoli spaziali russi Progress, dall'Automated Transfer Vehicle (ATV) sviluppato dall'Agenzia Spaziale Europea e dal giapponese H-II Transfer Vehicle (HTV). Dragon è una capsula orbitale da trasporto riutilizzabile, ossia in grado di raggiungere un'orbita terrestre bassa e poi di rientrare. Il Cygnus, infine, è un veicolo da rifornimento non pilotato, privo della capacità di rientro nell'atmosfera terrestre, in corso di sviluppo*, NdR). È un ambiente estremamente dinamico, insomma, nel quale ognuno di

noi si inserisce secondo le necessità in atto nel momento in cui entriamo nella Stazione».

Vivere in uno spazio ristretto e in condizioni particolari, come l'assenza di gravità, richiede spirito di collaborazione e organizzazione: c'è una parte dell'addestramento destinata a prepararvi, specie psicologicamente, in questo senso?
«Molto viene fatto in sede di selezione, credo. Le persone con le competenze tecniche necessarie per partecipare a una missione spaziale sono molte, per cui penso che siano gli aspetti caratteriali a svolgere un ruolo importante nell'ammissione. È chiaro che una volta lì non ci si può permettere di avere qualcuno che nei momenti di difficoltà perde facilmente la pazienza o si imbroncia. Penso, inoltre, che la preparazione tecnica stessa ci aiuti sotto il profilo mentale: durante l'addestramento, non sempre tutto funziona, così come si sta sempre a contatto con i colleghi ed è chiaro che tutto non gira intorno a te. Infine, facciamo anche delle esperienze analoghe al volo, pensate per testare la gestione dello stress. Nel mio caso, ad esempio, ho trascorso, insieme con l'equipaggio con cui partirò, una decina di giorni in Alaska per svolgere quello che è chiamato *leadership training*, durante il quale siamo stati monitorati nelle nostre interazioni sotto stress. Altri colleghi, invece, hanno trascorso due settimane in un ambiente sottomarino per simulare le condizioni più simili a quelle di vita in orbita».

Lei sta raccontando la sua esperienza tramite un diario pubblicato via social network: che reazioni raccoglie tra le persone che la seguono?
«Variano: tante sono di incoraggiamento, di simpatia, di curiosità. Manifestazioni che fanno piacere. Poi, ci sono anche gli interventi più tecnici: colleghi ed esperti spesso partecipano alle discussioni che nascono magari da qualche domanda e quindi c'è uno scambio piuttosto vivace».

La sua famiglia come vive la sua prossima missione?
«Sono decisamente contenti, anche perché fare questo lavoro era il mio sogno da bambina. Sogno che si è concretizzato prima con gli studi in ingegneria e poi all'Accademia Aeronautica e oggi mi permette di unire una serie di mie passioni, da quella per il volo a quella per la tecnologia e la scienza, oltre al fatto di poter vivere in un ambiente internazionale».



Da sinistra: una delle fasi del recupero, il raddrizzamento dello scafo; il montaggio dei cassoni sulla fiancata emersa; nelle ultime due foto, i "blister tank" che serviranno da piedistallo al momento della rotazione. Foto tratte dal sito del consorzio Titan Micoperi: www.theparbucklingproject.com

LA TECNICA PROVA A RISCATTARE LA STUPIDITÀ

In queste settimane, è previsto l'inizio degli interventi per tentare di raddrizzare e riportare a galla il relitto della Costa Concordia, naufragata il 13 gennaio 2012 durante un "inchino" all'isola del Giglio. Si tratta di una operazione di altissima ingegneria mai tentata prima che vede impegnate molte aziende italiane

■ **Dario Pagano**
in collaborazione con "La Gazzetta Marittima"

La più spettacolare e complessa impresa di recupero mai tentata prima. È quella che si sta svolgendo in questi giorni all'isola del Giglio, a quasi seicento giorni dal naufragio della "Costa Concordia". L'isola toscana è infatti palcoscenico per un'operazione che non ha uguali nella storia su un relitto di queste dimensioni (lo scafo è lungo 290,2 metri, largo 35,5 metri e disloca 114.500 tonnellate, più di una corazzata della seconda guerra mondiale), «un capolavoro della tecnica per provare a riscattare un capolavoro dell'idiozia», come ha scritto il quotidiano *La Stampa*. Come è noto, la sera del 13 gennaio 2012 la Costa Concordia naufraga durante un cosiddetto "inchino" all'isola del Giglio, provocando la morte di 30 persone e il ferimento di altre 110. Due sono ancora i dispersi i cui resti rimangono da trovare.

In estrema sintesi, il piano per il recupero del relitto della Costa Concordia prevede il raddrizzamento dello scafo, il suo appoggio sulla piattaforma subacquea costruita sotto la carena e il successivo rigalleggiamento. Descritto così, il progetto sembra di estrema facilità ma, per renderlo fattibile, il consorzio italo-americano Titan-Micoperi che ha vinto la gara per il recupero del relitto ha dovuto realizzare un gigantesco cantiere sul mare. Qui, da oltre un anno operano, giorno e notte, 400 addetti, di 18 diverse nazionalità, con circa 20 mezzi navali a supporto. Uno sforzo enorme che ha fatto sì che il budget totale dell'operazione sia stato rivisto, con un incremento di circa 100 milioni di dollari rispetto al costo previsto al momento dell'assegnazione della commessa, per un investimento totale stimato di circa 400 milioni di dollari. Titan Salvage è una società statunitense, leader mondiale nel settore del recupero di relitti, mentre Micoperi è una impresa italiana, specializzata nella costruzione e ingegneria subacquea.

A fine agosto, gli ultimi aspetti operativi per tentare il raddrizzamento della Costa Concordia sono stati completati con la sistemazione sotto la prua dei cassoni d'acciaio (*blister tank*) a forma di culla, che serviranno da piedistallo per la rotazione del relitto nel momento del sollevamento. Costruiti in acciaio, i due blister sono stati realizzati presso i cantieri navali Fincantieri di Palermo e di Ancona, poi assemblati attraverso l'impiego di una struttura tubolare presso il cantiere di Palermo e infine ancorati allo scafo grazie ad appositi tubi. Tutta la struttura, ossia i due blister tank, la struttura tubolare e i tre tubi di ancoraggio, pesa circa 1.700 tonnellate. Sempre nelle ultime settimane, gli operatori di Titan-Micoperi hanno lavorato sia per alleggerire dall'acqua l'interno della parte immersa, che è stata possibile rendere stagna, sia per riempire progressivamente d'acqua gli sponson (i quindici cassoni di rigalleggiamento) saldati sulla fiancata emersa, che con il loro peso dovranno contribuire alla rotazione del relitto.

Subito prima di Ferragosto erano stati intanto completati i collegamenti con le grandi catene dotate di martinetti e agganciate alle undici torri a terra: con l'azione congiunta della trazione sulle catene e del riempimento d'acqua dei cassoni sistemati sulla fiancata emersa del relitto, quest'ultimo dovrebbe lentamente ruotare su se stesso e mettersi dritto sulla carena, facendola appoggiare sulla piattaforma subacquea. La fase del ribaltamento durerà alcuni giorni: il movimento dovrà infatti essere molto delicato, in quanto è fondamentale non deformare lo scafo della nave. Dopo di che comincerà la fase di posizionamento dei cassoni di spinta anche sul lato destro (quello che ora è sommerso). A quel punto la Costa Concordia appoggerà sul falso fondale, costruito in precedenza, a circa 30 metri di profondità. Per mezzo di un sistema pneumatico, i cassoni sui due lati del relitto verranno a mano a mano svuotati dall'acqua e forniranno la spinta necessaria a farlo rigalleggiare. Una volta completata anche questa fase, la nave dovrebbe finalmente essere in grado di essere rimorchiata fino al porto di demolizione. Il cronoprogramma "ufficiale" prevede che venga rimossa entro l'estate del prossimo anno, ma solo una volta riportato a galla quel che ne resta sarà possibile stabilire, in base alle sue condizioni, dove condurla per la demolizione. A oggi, i porti più accreditati sono quelli di Piombino, più vicino all'isola del Giglio ma bisognoso di vasti lavori per adeguarlo a ospitare la nave, e di Palermo, più lontano ma in possesso del bacino più grande d'Europa.

Al tentativo o di raddrizzamento del relitto assisteranno non solo decine e decine di tecnici, ma anche un imponente parco di televisioni collegate a tutte le più importanti reti del mondo. L'operazione è infatti altamente spettacolare sia nel caso riesca sia in quello, malaugurato, fallisca. L'ipotesi che la Costa Concordia non torni a galleggiare è tutt'altro che remota: tra le incognite, la prima riguarda la tenuta della struttura dello scafo, che in un anno e mezzo di immersione ha certamente subito forti lesioni. Le ispezioni subacquee si sono spinte fino dove era possibile, ma tutto il lato destro della nave che adesso appoggia sul fondo rappresenta un'incognita. Molta attenzione viene dedicata a mantenere per quanto possibile integro il relitto anche per dare concreta speranza al ritrovamento dei corpi delle due vittime ancora disperse. E qui l'alta ingegneria, com'è giusto, si coniuga con la pietas umana.

«Il progetto è un'opera faraonica»

Hanno puntati addosso gli occhi di tutto il mondo e, dopo l'abissale figuraccia del naufragio, la "Costa Concordia" potrebbe diventare il più grande recupero di credibilità per il nostro Paese marittimo. Ne abbiamo parlato con il comandante Angelo Roma (nella foto in basso), già referente per l'Italia di Zim (colosso israeliano del trasporto marittimo), già presidente della compagnia di navigazione Torem e oggi considerato uno dei principali consulenti sui temi marittimo-portuali. **Comandante Roma, come giudica il crono-programma di Titan-Micoperi per il rigalleggiamento del relitto della Concordia?**



«Il progetto di rimozione del relitto "Concordia" dall'Isola del Giglio è un'opera faraonica che impegna ogni giorno poco meno di 500 lavoratori e 25 tra imbarcazioni e strutture presenti. Mi pare, di conseguenza, normale, ascrivere i giorni di ritardo sia alle avverse condizioni meteo che ci sono state, in special modo, il passato inverno ed alla laboriosità delle operazioni».

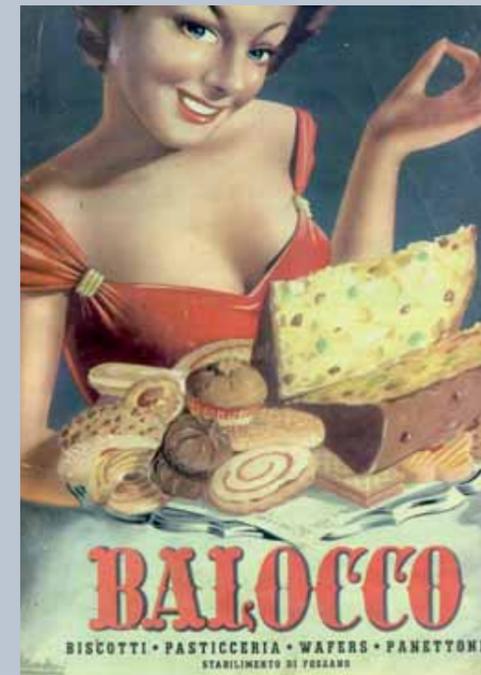
La Costa Crociere doveva annunciare entro giugno quale porto avrebbe scelto per la demolizione del relitto. Non l'ha ancora fatto. Secondo lei perché?

«Il relitto è a tutti gli effetti, un "rifiuto speciale", così com'è riportato nella delibera del marzo scorso. Per questo Costa deve presentare un piano di gestione che garantisca, qualunque sia il porto, la direzione del trasferimento e della demolizione, ai sensi delle normative statali ed europee sui rifiuti. Quanto al porto di destinazione, le norme parlano di porto più vicino, evidentemente ove idoneo. Costa, infatti, al momento della rimozione dovrà valutare più scenari alternativi, riguardo alla fattibilità e in rapporto a possibili imprevisti». **C'è chi teme che l'operazione di raddrizzare il relitto, compromessa da un anno e mezzo d'immersione e di mareggiate, possa fallire per la frattura o addirittura lo spezzarsi dello scafo, il che imporrebbe una demolizione sul posto. Qual è il suo parere?**

«Tutti ci auguriamo che l'operazione non fallisca e ci sono buoni motivi per pensarlo: ingegneri del massimo livello della Titan-Micoperi sul posto, e della Fagioli a terra, continuamente fanno simulazioni; e se hanno deciso d'iniziare la rotazione tra il 10 e il 20 settembre a mio giudizio ci sono altissime probabilità di riuscita. Si agirà mediante martinetti idraulici che metteranno in tensione i cavi di acciaio fissati alla cima dei nove cassoni centrali ed alle piattaforme sulle quali andrà ad appoggiare il relitto dopo il suo raddrizzamento. Certo qualcosa accadrà; ma è stato costruito, apposta, quel falso fondale!».

Piombino rimane il porto candidato ufficiale del governo nazionale e di quello regionale per la demolizione, mentre inizialmente Costa puntava su Palermo e il suo bacino. Ritiene valida l'una o l'altra ipotesi?

«Ho sempre detto che una volta rimesso in galleggiamento il relitto, meno sta per mare, meglio è. Ricordiamoci che stiamo parlando di un qualcosa lunga più di 290 metri, larga più di 59 metri (ogni cassone è largo 12 metri) e cosa da porre l'accento, che ci sono circa, con i cassoni, 18.000 tonnellate in più, il che fa supporre un pescaggio minimo di 20 metri. Piombino, che inizierà i lavori previsti per l'adeguamento il prossimo ottobre una volta finite le opere nei tempi previsti resta il porto favorito».



Nella pagina accanto, una fase della produzione presso lo stabilimento di Fossano.

In questa pagina, l'amministratore delegato dell'omonima azienda dolciaria Alberto Balocco e una campagna pubblicitaria dell'azienda del 1956

CON IL CUORE NELLA TRADIZIONE E LO SGUARDO VERSO L'INNOVAZIONE

La Balocco è una azienda dolciaria che nel giro di pochi decenni è passata da una produzione artigianale a una industriale senza rinunciare alla qualità. E puntando anche su indovinate campagne di comunicazione è diventata un marchio affermato

■ Alessandra Romano

A intervistare Alberto Balocco sembra di sentire "il profumo delle cose buone di una volta". Provate per un attimo a chiudere gli occhi, a estraniarvi dalle incombenze quotidiane, a tornare all'infanzia quando si andava a trovare la nonna e si sentiva la fragranza dei biscotti appena fatti. Ecco questo si prova a colloquiare per un'ora circa con Alberto Balocco, classe 1966, laurea in Economia e Commercio a Torino, rappresentante della terza generazione della famiglia di produttori dolciari. E questa sensazione ci induce subito a invertire la sequenza di domande che avevamo preparato, partendo dall'ultima. **Dottor Balocco, ci darebbe una "ricetta" per le imprese che ci leggono?** «Lavorare con sommo rispetto per l'azienda, che deve essere vissuta e considerata come un bene sociale. Tanti imprenditori, purtroppo considerano la propria impresa solo come uno *status symbol*, elemento necessario per avere un'immagine brillante, ma senza crederci veramente. Un esempio su tutti: è necessario patrimonializzare la propria società perché con basi finanziarie solide si riesce a decidere con maggior serenità. D'altronde, tutti andiamo in macchina con il carburante nel serbatoio, non viaggiamo in riserva. La stessa prudenza, unita alla capacità gestionale e a una buona dose di intuito, sono gli ingredienti chiave per un imprenditore».

Ripercorriamo ora un po' di storia della Balocco.

«Quando siamo entrati in azienda mia sorella ed io, nei primi anni Novanta, la Balocco era meno performante e meno tecnologica di oggi, ma aveva

alcuni elementi importanti: una marca forte e abbastanza nota, era gestita con rispetto e aveva buoni numeri e buone potenzialità per essere migliorata. Erano ottime basi su cui poter impostare il futuro. Mio nonno era pasticciere, quindi sapeva fare un po' di tutto, dai biscotti alle torte di compleanno, e tutto era prodotto a livello artigianale. La prima evoluzione dell'azienda è stato il passaggio alla produzione con impianti, ma continuando a realizzare diverse tipologie di prodotti. Negli anni Ottanta è iniziato il contatto diretto con la grande distribuzione ed è stato allora necessario un primo cambio di marcia per proporre prodotti più performanti. Nel decennio successivo ci siamo concentrati su tutto quanto avevamo fatto fino ad allora con i *lievitati da ricorrenza*, aumentando le quote di mercato e cercando una maggior penetrazione di mercato».

Quando è arrivata la svolta?

«Quando ci siamo detti "non dormiamo sugli allori" e abbiamo iniziato a diversificare i prodotti. Non è stato un passaggio facile: è chiaro che non c'è nulla di uguale al Natale e siccome non era possibile duplicare questa festa abbiamo pensato al consumo sociale e familiare, alla ricerca di momenti di consumo simili alle ricorrenze. Abbiamo puntato allora alla colazione, che è il momento di aggregazione della famiglia, è quando si ha una sensazione di condivisione come a Natale, è lo spunto che serve per iniziare bene la giornata. Inoltre, anche nei regimi alimentari controllati non è un "pasto punitivo" e può prevedere un buon apporto calorico. In famiglia poi ci sono i bambini che hanno bisogno di

energie per crescere. Ci siamo detti allora "proviamo a vedere cosa succede", con la consapevolezza che sul mercato c'erano, e ci sono tutt'ora, giganti del settore (come Barilla, Saiwa, Colussi, Galbusera). Quando nei primi anni Duemila abbiamo iniziato a produrre biscotti non è stato semplice, perché è stato necessario innanzitutto convincere il *trade*: se i distributori non ci credono noi possiamo anche produrre i migliori biscotti al mondo, ma questi non arriveranno mai sul mercato e i consumatori non avranno neanche la possibilità di provarli».

Quale elemento è stato determinante per il vostro successo?

«In questo passaggio la comunicazione è stata un elemento trainante. Ci siamo affidati a un'agenzia pubblicitaria che ha "scovato" ciò che noi avevamo in più rispetto a tanti competitor: il "Signor Balocco". E così sono nati gli spot *Fate i buoni* dove abbiamo ricreato l'atmosfera artigianale del laboratorio di pasticceria con il Signor Balocco che controlla la produzione e i *suoi* biscotti. Esattamente come fa il "vero" Signor Balocco, che non riesce ad andare in un supermercato senza guardare dove sono posizionati i suoi biscotti o quali prodotti ci sono nel carrello dei consumatori. Abbiamo creato aspettative di qualità molto elevata, decisamente superiori allo standard. Pensi che spesso i consumatori ci scrivono che, a loro giudizio, i nostri prodotti hanno un rapporto prezzo qualità molto vantaggioso. In ogni caso, le promesse vanno mantenute e siamo ben lieti di farlo, anche a costo di processi impegnativi».

E arriviamo al 2010...

«Con l'azienda in buona salute e i risultati in crescita abbiamo potuto permetterci il "lusso" di pensare alle sponsorizzazioni. Tutto è partito da una proposta che abbiamo ricevuto dal Club bianconero e non nascondo che d'impulso ho pensato addirittura a uno scherzo: "La Juve che cerca la Balocco? Possibile?" E così abbiamo sponsorizzato la Juventus nelle due stagioni 2010/2011 e 2011/2012 e abbiamo accompagnato il ritorno allo scudetto, siamo entrati in un momento non semplice nella vita della società bianconera e abbiamo segnato la storia con loro. Non sarà mai possibile dimenticare l'addio di Del Piero nello Juventus Stadium con il nostro nome sulla maglia... Dopo la maglia bianconera (la Balocco è ancora "Official Partner" della Juventus per il campionato 2012/13 e 2013/2014) è arrivata quella rosa del Giro d'Italia e anche in questo caso ci siamo confrontati con un competitor di assoluto rispetto, perché prima di noi c'era la Ferrero, proseguendo in quel percorso che io definisco di "lucida follia". L'esperienza è andata bene, rafforzata anche in questo caso da una forte politica di comunicazione».

Quali sono oggi, alla luce del vostro sviluppo incalzante, i principali concorrenti?

«Sono i grandi classici nel panorama del mercato italiano, è difficile ma non è impossibile affrontarli. Ci vogliono idee, determinazione e un buon equilibrio».

Ventotto milioni di euro investiti in tecnologia negli ultimi cinque anni: una scelta vincente?

«La tecnologia è l'elemento portante della Balocco. I nostri, oggettivamente, non sono prodotti inimitabili ma noi siamo riusciti a farli buoni a costi competitivi grazie agli investimenti in tecnologia. Abbiamo puntato all'eccellenza e a creare una squadra forte, abbiamo semplificato i processi produttivi grazie all'automazione e dedicato le persone a lavori di controllo. Il nostro ciclo produttivo è completamente automatico e così è più economico e ha minori consumi. Grazie alla competitività acquisita ci siamo sviluppati molto negli ultimi anni, proprio nel periodo della crisi. Non è un caso se a fronte di un calo dei consumi del 7% siamo cresciuti complessivamente di quasi il 50%».

Qual è l'approccio della Balocco al tema della sostenibilità ambientale?

«Se il "Signor Balocco" dice "fate i buoni", allora deve fare le cose con attenzione e rispetto per l'ambiente. Così nel 2012 abbiamo installato un impianto fotovoltaico sul tetto del nostro sito di Fossano, in provincia di Cuneo, che fortuna ha voluto che fosse bene esposto, e da allora produciamo due MGW di energia per il funzionamento delle nostre linee. Eco sostenibilità e responsabilità sociale, mai come oggi, sono fondamentali per fare bene impresa».

Concludiamo con uno sguardo ai vostri mercati e alle strategie future.

«Il mercato domestico rappresenta ancora il riferimento principale (88%), solo il 12% circa è esportato e, fatto 100 il fatturato proveniente dall'estero, il 50% è relativo al mercato europeo (in particolare Francia e Regno Unito) e il 50% è oltreoceano (in particolare Usa e Canada). Per affrontare le sfide dei nuovi mercati, non semplici, stiamo accentuando una strategia *export oriented*, studiando e testando prodotti che possano essere venduti anche al di fuori del Mare Nostrum, prodotti per la colazione, dedicati in particolare a quei mercati che hanno gusti più simili ai nostri. Vogliamo inoltre ampliare lo stabilimento produttivo di Fossano. Tutto questo senza dimenticare i prodotti da ricorrenza che sono la nostra storia e la nostra forza e che, insieme agli altri della nostra attuale gamma, ci hanno permesso negli ultimi anni di far crescere il fatturato addirittura di circa un milione di euro al mese».



ASSUNZIONI NON STAGIONALI DI PERSONALE IMMIGRATO PREVISTE DALLE IMPRESE NEL 2013 PER REGIONI E RIPARTIZIONI TERRITORIALI E QUOTA % DELLE ASSUNZIONI NELLA REGIONE - Valori massimi indicati dalle imprese*

REGIONI E RIPARTIZIONI TERRITORIALI	Assunzioni non stagionali di immigrati			
	Assunzioni previste nel 2013	Assunzioni previste nel 2012	Differenze 2013-2012	Quota % sul totale assunzioni nel 2013
PIEMONTE	3.600	6.310	-2.710	13,4
VALLE D'AOSTA	170	110	60	16,8
LOMBARDIA	9.890	11.540	-1.650	12,8
LIGURIA	1.210	1.670	-460	11,5
TRENTINO ALTO ADIGE	1.260	1.140	120	14,4
VENETO	5.060	6.900	-1.840	14,7
FRIULI VENEZIA GIULIA	1.220	1.920	-700	12,9
EMILIA ROMAGNA	4.930	6.470	-1.540	13,6
TOSCANA	2.920	4.050	-1.130	12,4
UMBRIA	360	660	-300	8,5
MARCHE	1.270	1.640	-370	13,8
LAZIO	4.960	7.310	-2.350	13,9
ABRUZZO	980	2.470	-1.490	12,6
MOLISE	150	350	-200	8,0
CAMPANIA	2.420	2.480	-60	9,5
PUGLIA	600	1.500	-900	3,4
BASILICATA	220	610	-390	6,8
CALABRIA	370	890	-520	5,3
SICILIA	1.010	1.970	-960	5,4
SARDEGNA	360	600	-240	4,2
NORD OVEST	14.880	19.630	-4.750	12,8
NORD EST	12.460	16.430	-3.970	14,0
CENTRO	9.510	13.650	-4.140	13,1
SUD E ISOLE	6.100	10.860	-4.760	6,8
TOTALE ITALIA	42.960	60.570	-17.610	11,7

(*) Valori arrotondati alle decine. A causa di questi arrotondamenti, i totali possono non coincidere con la somma dei singoli valori.
Fonte: Unioncamere – Ministero del Lavoro, Sistema Informativo Excelsior, vari anni

CON LA CRISI MENO LAVORO PER GLI STRANIERI PER GLI ITALIANI RITORNANO GLI ANTICHI MESTIERI

Negli ultimi anni gli immigrati hanno spesso occupato posti di lavoro nelle attività “dimenticate”, quelle che nessuno voleva fare più. Ma la crisi ha cambiato tutto: una recente indagine rivela come nel nostro Paese si stia tornando, o non si escluda di farlo nell'immediato futuro, alle professioni una volta abbandonate

■ **Valentina Borla**

L'immigrazione è un argomento da sempre al centro della discussione nel nostro Paese. Anche se storicamente non ha una tradizione multi-etnica e un passato coloniale come per la Francia e la Gran Bretagna, l'Italia negli ultimi venti anni ha dovuto affrontare un'immigrazione sempre più marcata che si è tramutata, con il suo crescere esponenziale, in un fenomeno sociale ed economico, oltreché politico. Concentrandoci prevalentemente sull'aspetto economico, l'argomento si lega, declinandosi sotto molti aspetti, al più ampio tema del lavoro. Se infatti fin a poco tempo fa gli immigrati erano la manna dal cielo per i piccoli imprenditori e gli agricoltori, detentori di quei lavori che, secondo un Leitmotiv degli ultimi anni, «oramai gli italiani non vogliono fare più», adesso la musica sembrerebbe essere cambiata. Un'indagine condotta dalla Fondazione Leone Moressa, che si occupa di studi e ricerche sull'economia dell'immigrazione, rivela come gli italiani – complice la crisi, tra le peggiori del dopoguerra – stiano tornando, o non escludano di farlo nell'immediato futuro, agli antichi mestieri così come a quei lavori legati alla terra e alla stagionalità. In questo modo, molti stranieri immigrati che negli ultimi anni hanno svolto massicciamente questi lavori si trovano una inaspettata concorrenza. La crisi, la più duratura e invasiva probabilmente di sempre, ha sovvertito i fattori e, forse, ha cambiato tutto.

Secondo i dati riportati nel “Terzo Rapporto annuale. Gli immigrati nel mercato del lavoro in Italia (2013)” a cura della Direzione Generale dell'immigrazione e delle Politiche di Integrazione del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, questa tendenza sarebbe confermata nei numeri. Nel primo semestre del 2013 l'occupazione straniera nelle piccole e medie imprese ha registrato un arretramento dello 0,6%, seppur a fronte del calo dell'1,1% sul totale degli occupati.

Nonostante i dati raccontino della crescita in valore assoluto dell'occupazione straniera (nel 2008 i lavoratori stranieri occupati erano 1,75 milioni e a distanza di cinque anni il loro numero è salito a 2,3 milioni, il dieci per cento del totale) e, parallelamente, della diminuzione della componente italiana di circa un milione di unità, diversi indicatori convergerebbero nel segnalare come la crisi abbia colpito in misura

relativamente più accentuata proprio la componente immigrata. In primis, ad allarmare è la crescita esponenziale della disoccupazione. Nel 2012 i disoccupati stranieri erano ben 382 mila, di cui 193 mila donne e 190 mila uomini, una crescita di oltre 220 mila unità rispetto ai dati del 2008. Un elemento aggravato dal preoccupante aumento della disoccupazione maschile (123 mila disoccupati in più), che rappresenta un fenomeno nuovo e di forte destabilizzazione sociale per tutte le comunità straniere.

Ad avvalorare la situazione di profonda difficoltà della componente immigrata nel mondo del lavoro, l'indicatore secondo il quale aumentano i lavoratori stranieri impegnati in mansioni non qualificate (se nel 2008 era il 29%, nel 2012 si raggiunge il 34%), mentre si riducono nettamente le posizioni “qualificate” che passano dall'8,2% del 2008 al 5,9% del 2012. Si tratta di un dato che evidenzia come la crescita della domanda sembri condizionata e circoscritta alle mansioni sempre più “povere” e comunque concentrata su poche professioni (nel 2012 le assistenti domiciliari e le collaboratrici domestiche rappresentano più della metà delle occupate straniere). Infine, come segnala il recente “Rapporto annuale 2013 dell'Istat”, contribuiscono a rappresentare gli effetti della crisi sui lavoratori immigrati tre fenomeni: l'aumento dei livelli di “sovrainformazione” dei lavoratori stranieri (ossia svolgere mansioni sottodimensionate rispetto al proprio livello di istruzione/qualificazione), la crescita dei fenomeni di sottoccupazione e l'aumento del divario delle retribuzioni medie rispetto a quelle dei lavoratori italiani. Secondo i dati presentati da Unioncamere e Ministero del Lavoro, la riduzione del fabbisogno “straniero” a livello territoriale riguarda tutte le ripartizioni, con il Sud Italia che, in particolare, segnala una contrazione del 43,8% rispetto al 2012. A livello provinciale, le riduzioni più consistenti riguardano Torino (-2.470 assunzioni), Roma (-1.250) e Venezia (-750). Sul versante opposto,

tra le sole 17 province su 105 che evidenziano un aumento del proprio fabbisogno di lavoratori immigrati, la prima è Salerno (+330 unità), seguita da Brescia (+230) e da Asti (+140).

LA SITUAZIONE IN EUROPA

La difficile fase economica però condiziona significativamente l'andamento del mercato del lavoro anche per gli stranieri in Europa. Complessivamente, documenta il Rapporto del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, nell'Unione Europea il tasso di disoccupazione della componente straniera della forza lavoro nel 2012 è del 17,8% pari a +5,6% rispetto al 2008. In Italia il dato di disoccupazione degli stranieri è inferiore alla media europea (14,1%) ma, come nel resto dell'Europa, in forte crescita (+5,6% dal 2008). Un incremento che in Italia è dipeso da più fattori: la crescita della popolazione straniera stabilmente residente, la crescita della componente di lavoratori di nazionalità europea e, ovviamente, l'aumento dei lavoratori extracomunitari che hanno perso il posto di lavoro. Questi dati dimostrano come, a livello nazionale come europeo, la disoccupazione straniera rappresenti una delle questioni principali delle politiche del lavoro dei prossimi anni.

A proposito delle comunità straniere di cittadinanza extracomunitaria, al primo gennaio 2012 in Italia erano regolarmente presenti 3,6 milioni di cittadini non comunitari, con un aumento del 3% nel biennio 2011/12: ben il 65% sono residenti al nord, principalmente Lombardia ed Emilia-Romagna; il 23% al centro, Lazio e Toscana in testa; solo il 12% nel Mezzogiorno. Un dato d'interesse è rappresentato dalla quota di soggiornanti di lungo periodo: ormai quasi la metà dei cittadini extracomunitari, circa 1 milione e 900 mila persone, ha un permesso di soggiorno a tempo indeterminato, pari al 52,1% del totale dei non comunitari soggiornanti (nel 2011 era il 46,3%).



IL MONDO SU MISURA

Dal 1980 la Paolini di Narni (Terni) opera nel campo dell'alta ebanisteria. La sua produzione è affidata alle mani di sapienti artigiani, che danno forma e pregio a ogni manufatto, che rimane unico, per la sua storia, per i suoi materiali e per il fascino che esso riesce a trasmettere a chi lo utilizza

■ Daniela Binello

I fratelli Paolini - Giorgio (amministratore delegato della società), 52 anni, e Leo (responsabile settore Produzione), 49 - con il padre Pasquale, 83 (presidente dell'azienda)



Partire da zero e diventare i migliori. È questa la fortunata avventura di Giorgio Paolini e della sua ebanisteria, la Paolini di Narni (Terni). Ormai in vetta a quella piccola "sierra" di aziende nazionali che realizzano arredi e rivestimenti di alta gamma su misura (non più di una dozzina in tutta Italia), la ternana Paolini è la perla dell'Italia centrale, a differenza delle realtà imprenditoriali concorrenti situate più che altro al nord. L'emozione di questo viaggio nel mondo del "su misura", iniziato quasi in via sperimentale nel 1980 per trovare una risposta al classico dilemma "cosa farò da grande?", oggi consiste nell'avere il controllo dell'intera filiera, con 115 dipendenti assunti nelle diverse società del gruppo e 13 milioni e mezzo di fatturato annuo.

Giorgio Paolini, com'è iniziata la sua avventura?

«Tutto è cominciato nel 1980, quando trovai il coraggio di dire a mio padre Pasquale, vicino ad andare in pensione dalle acciaierie di Terni, che nella vita desideravo fare altro e non volevo prendere il posto che lui liberava. A quei tempi c'era ancora questa opportunità e il più delle volte, se non c'erano controindicazioni insuperabili, il figlio veniva assunto nella stessa azienda dove il padre aveva lavorato per una vita. Caro papà, non so cosa farò da grande, però lì non ci vorrei proprio finire. Glielo dissi e lui, da persona sensibile qual è, lasciò che io seguissi il mio istinto».

Perché proprio un'ebanisteria? Per questo difficile campo dell'artigianato non sarebbe stata utile una maestria già acquisita?

«Infatti all'inizio ho dovuto fare esperienza capitalizzando gli errori, visto che dovevo ancora imparare quasi tutto! Siccome avevamo un amico di famiglia che aveva uno show-room a Terni, dove vendeva mobili da ufficio, incominciai il mio percorso in falegnameria da quella rivendita, però da lì a poco capii che con quell'attività non si faceva molta strada. Allora colsi l'opportunità di progettare l'arredamento di un negozio. Io sono un perito industriale e per fortuna ho una buona mano nel disegno. Una volta approvato dal cliente il mio progetto d'arredamento, mi appoggiai a dei falegnami per realizzarlo e fu lì che capii che per rispettare sia la qualità sia i tempi di consegna bisognava attrezzarsi in proprio con tutta quanta la filiera».

E ci riuscì subito?

«Sì. Nel 1984 aprimmo una piccola falegnameria con quattro dipendenti. La mia idea fissa era che volevo rischiare in proprio, ma con il controllo dell'intero processo, dalla creatività alla realizzazione, fino al montaggio. Far realizzare lo stesso cassetto da due mastri ebanisti, ad esempio, significa ottenere due manufatti simili, ma non uguali, perché uno potrebbe avere un innesto a coda di rondine e l'altro micciato. Ecco perché decisi che per costruire la nostra identità dovevamo fissare delle regole. Così ci dotammo di un ufficio tecnico per il disegno e la cura dei minimi dettagli di ogni pezzo che volevamo realizzare. La fortuna ha voluto che le richieste da parte dei clienti ci fossero e così è cominciato il nostro "viaggio", un po' parallelo rispetto a quello classico del mondo industriale. A un certo punto venne a lavorare in azienda anche mio fratello Leo, che si occupa della produzione. Insieme a lui, a mio padre, che ne è il presidente, e a me, che controllo il settore amministrazione e finanza e seguo i rapporti commerciali, ha preso forma il gruppo Paolini».

La sua ebanisteria ha realizzato gli arredi su misura per Piazza Affari, a Palazzo Mezzanotte a Milano, per le Scuderie del Quirinale e l'Hotel de Russie a Roma. Anche per i Ferrari store e il negozio di Cartier in via Montenapoleone a Milano è stata scelta la sua azienda. Quali sono i punti di forza della Paolini per realizzare opere di questo livello?

«Una delle peculiarità che ci vengono riconosciute è la precisione con cui rispettiamo le scadenze. Inoltre, siamo molto puntigliosi e garantiamo la qualità di ciò che realizziamo. Quando fissiamo ai nostri clienti la data di consegna per noi è quella e, anche se dovessimo avere sbagliato qualcosa nel preventivo, pur di rispettare le scadenze ci assumiamo tutti i rischi. Rispetto alla tendenza attuale noi siamo in controtendenza, perché non affidiamo nessuna delle fasi del processo in outsourcing, come fanno invece altre imprese del nostro ambiente. Poi, apponiamo i codici a barre su ogni singolo pezzo in modo che il sistema di tracciatura resti archiviato, oserei dire, per sempre. Questo consente anche a distanza di anni di sostituire un pezzo che si è danneggiato, cosa che è accaduta,

ad esempio, per la rottura di un tubo nella cucina di uno yacht ormeggiato al Pireo. L'allagamento aveva coinvolto parte dei rivestimenti in legno che avevamo realizzato noi molti anni prima, ma grazie al nostro sistema di codici a barre e di catalogazione di ogni singolo assieme e sottoassieme, abbiamo spedito al comandante i pezzi rifatti, perfettamente uguali a quelli rimossi. Abbiamo perfino modificato il colore di quelli nuovi calcolando lo scostamento per effetto dell'ossidazione. Il comandante ci disse che non avrebbe mai creduto di poter risolvere un problema di questo genere soltanto con una telefonata e qualche email. Anche l'armatore, naturalmente, fu molto soddisfatto».

L'assistenza che garantite, quindi, si estende anche dopo la consegna delle opere?

«Del tutto. Siamo in grado di rintracciare perfino la biglia di legno con cui abbiamo prodotto un determinato pezzo. E non solo. Il nostro motto è che il concetto d'impossibile vada cancellato. Noi lo abbiamo sostituito con "difficilmente possibile". Gli esempi sono tanti. Un caso ci capitò al nuovo aeroporto di Catania, dove per colpa di un'alluvione i pannelli che dovevano essere montati su una parete sagomata in legno, essendo ignifughi, avevano imbarcato moltissima acqua. Per la data dell'inaugurazione non era possibile rifarli da zero, trasportarli e montarli in tempo. Allora prendemmo il controllo della situazione, stabilendo con i nostri clienti una scaletta di priorità. Ovviamente lasciammo fuori le zone danneggiate, su cui intervenire dopo, ma l'inaugurazione si fece nel giorno designato. Un'altra corsa contro il tempo fu quella alle Scuderie del Quirinale. Era un lavoro enorme. Lavoravamo al montaggio degli arredi su tre turni, coprendo le 24 ore, sabati e domeniche compresi. Anche quella volta fu strategico il principio di stabilire con il cliente cos'era prioritario e il presidente Ciampi inaugurò le Scuderie esattamente come da programma».

Qual è la sua prossima mossa?

«Ho sempre avuto un pallino, quello di recuperare le vecchie maestrie con la novità, però, mediante la ricerca scientifica, di rielaborarle. Il campo della metallurgia, convergente su quello dell'ebanisteria, secondo noi rappresenta il futuro del nostro gruppo. Si chiama fusione contraria. L'ebanisteria tradizionale nei prossimi anni sarà appannaggio di concorrenti stranieri, che stanno avanzando in questo settore perché ne hanno ormai acquisito il know-how. Si tratta d'impresе turche, tunisine, libanesi e di altri Paesi emergenti. Lavorano bene e praticano prezzi più bassi. Allora noi dobbiamo fare quello che loro non sono ancora in grado nemmeno d'immaginare. Noi possiamo fondere il metallo su diverse superfici in legno, creando nuove tipologie di materiali che avranno il cuore nell'artigianato manuale di alta gamma, rivisitato con una superficie di fusioni molto complesse. I nuovi materiali saranno sicuramente in grado di emozionare i nostri clienti, perché l'arte e la follia, se permesse, sono solo di noi italiani».



IL DESTINO DISEGNATO DA UN COMPASSO

Con una produzione di cento milioni di bottiglie all'anno, la Galvanina di Rimini è una delle maggiori aziende produttrici di acque minerali in Italia. Una realtà che ha puntato tutto verso i mercati esteri tanto che l'export pesa per ben il 95% del suo fatturato. Dagli anni Sessanta, la società è di proprietà della famiglia Mini

■ Alessandra Romano

In una calda giornata d'estate, mentre la riviera romagnola dà il meglio di sé per i turisti in cerca di relax, incontriamo Rino Mini, classe 1959, presidente della Galvanina Spa e dal 2012 Cavaliere dell'Ordine al Merito della Repubblica Italiana. Iniziamo così un viaggio nella storia di una delle più antiche fonti di acque minerali in Italia, la Galvanina, che sgorga sulla cima di San Lorenzo Monte di Rimini, di proprietà della famiglia Mini e in cui oggi lavora la quarta generazione della famiglia.

Dottor Mini, ci racconta in breve la storia della Galvanina?

«La fonte di acque risale al tempo degli antichi romani e da allora non se ne sono mai perse le tracce, con una ricca documentazione storica che attesta la presenza della fonte e il riconoscimento delle acque minerali. Nell'Ottocento l'azienda era ancora un piccolo laboratorio e il primo stabilimento è stato realizzato nel 1901. La prima concessione mineraria è del 1931 da parte del Re, a seguito della nazionalizzazione delle



Rino Mini, presidente della Galvanina e Cavaliere dell'Ordine al Merito della Repubblica Italiana.

A lato, in alto, lo stabilimento di Apecchio; sotto, una fase della produzione in quello di Rimini.

In basso e nella pagina a fianco, alcune locandine storiche che pubblicizzano la Galvanina



risorse minerarie ed energetiche. È per questo che si tratta di una concessione mineraria perpetua, non espropriabile per nessun motivo, non soggetta a rinnovo e questo ci conferisce maggior tranquillità operativa e di investimento rispetto ai concorrenti. L'azienda è di proprietà della famiglia Mini dagli anni Sessanta e allora ci fu la prima importante decisione di ristrutturazione, con un intervento geologico realizzato in collaborazione con la Sorbona di Parigi, l'ente più accreditato e riconosciuto al mondo nel settore (non scordiamoci infatti che in Francia ci sono colossi come Evian e Perrier; mentre in Italia ci sono S. Pellegrino e Galvanina).

Nel 1970 abbiamo deciso per la riorganizzazione del sito produttivo e l'apertura delle terme, con la costruzione di un nuovo stabilimento. Negli anni Ottanta il consumo era tutto di bibite prodotte dalle multinazionali Coca Cola a Pepsi Cola e ciò ha portato alla scomparsa di quasi tutti gli imbottiglieri e dei produttori locali.

Come avete superato quel momento? E qual è oggi la situazione?

«Da allora noi siamo sempre cresciuti, arrivando a una produzione di 100 milioni di bottiglie all'anno e a un fatturato che si aggira intorno ai 35 milioni di euro. In Italia noi siamo i leader nell'esportazione nel settore acque minerali e bevande. L'export è pari al 95% del nostro fatturato: esportiamo in tutti i continenti, gli Stati Uniti rappresentano il miglior mercato, poi Canada, Australia, Giappone, Africa e Europa (Belgio e Russia). Oggi abbiamo in totale, in Italia, cento dipendenti, di cui sette persone dedicate alla ricerca e sviluppo e questa è stata la carta vincente che ci ha permesso di crescere negli Stati Uniti; investiamo molto in formazione del personale, soprattutto nei settori della sicurezza e della qualità. Oggi stiamo assumendo per le vendite export, ma abbiamo bisogno anche di tecnici, di ricercatori e, perché no, di tante professionalità qualificate messe sul mercato dalla crisi.»

Quale è stato il momento chiave nella vita dell'azienda?

«Il 1985 ha segnato la mia vita personale e quella dell'azienda: in quell'anno morì mio padre mentre prestavo servizio in Marina. Al ritorno presi in mano le redini della Galvanina. Per qualche anno la guidai in modo, direi, tradizionale, poi mi resi conto che dovevo compiere delle scelte precise perché all'azienda mancava un territorio adeguato in cui espandersi. Siamo a Rimini: si provi a prendere un compasso, a puntarlo sulla sede della Galvanina e a fare un cerchio intorno. Da una parte il mare e dall'altra l'Appennino. In più, questo è un territorio caratterizzato da una forte stagionalità. Che cosa fare, allora? Decisi che Galvanina doveva e poteva uscire dall'Italia, sulla scorta di quanto fa in Francia la Perrier, che esporta una buona parte della sua produzione. La scelta di puntare all'export ci ha consentito non solo di svilupparci, ma anche di aumentare la marginalità.»

Come è stato sbarcare sul mercato statunitense?

«Sono stato negli Stati Uniti per capire il mercato e qui ho percepito che stava nascendo la cultura dell'acqua minerale nella ristorazione. Per vendere il nostro prodotto negli Usa era innanzitutto necessario cercare dei distributori. All'inizio non è stato un percorso facile, abbiamo dovuto affrontare difficoltà nelle autorizzazioni e commissionare studi di mercato per capire le possibilità di sbocco, poi, una volta ottenute le certificazioni, abbiamo avuto possibilità operative più ampie. Oggi realizziamo in quel mercato volumi talmente rilevanti che a ottobre ispettori americani verranno in visita in azienda. Per gli Stati Uniti realizziamo anche prodotti *private label* (realizzati per società terze, Ndr) ai quali riserviamo la medesima attenzione e la stessa ricerca della più alta qualità, elementi che caratterizzano i nostri brand. Oltreoceano nulla è lasciato al caso e per entrare nelle catene americane dobbiamo inviare una precisa scheda informativa del prodotto (i consumatori statunitensi danno per scontato che la catena distributiva abbia controllato il fornitore).»

Con "Eureka!Storie" ulteriori spunti sull'articolo

L'intervista che leggete in queste pagine è frutto di una lunga visita, durata due giorni, in azienda. Siamo andati a Rimini per vedere direttamente sul posto come opera una delle maggiori imprese produttrici di acque minerali e bevande analcoliche del nostro Paese e ad Apecchio per arricchire il lavoro con la visita allo stabilimento più recente della Galvanina, salendo fino alla sorgente dell'acqua Val di Meti. Nell'articolo non abbiamo però potuto mettere tutto!

Nell'Eureka!Storie, invece, trovate tutti gli ulteriori approfondimenti sull'azienda e, soprattutto, sui suoi protagonisti.

Il video è disponibile agli indirizzi:

www.eurofidi.biz/eureka-storie/2013/settembre.aspx oppure www.eurocons.biz/eureka-storie/2013/settembre.aspx.

Il Codice QR che vedete a fianco contiene il collegamento diretto alla pagina del video. Nella sezione dedicata a *Eureka!Storie*, presente sui siti di Eurofidi e di Eurocons, potete trovare anche tutte le precedenti puntate.

Siete interessati a essere i prossimi protagonisti dell'*Eureka!Storie*? Scrivete alla redazione: eureka@eurogroup.it.



Su quali altri prodotti avete puntato?

«Una percentuale notevole del nostro fatturato deriva anche dalla vendita di bevande analcoliche. Sono solo bibite naturali e bio, nessuna produzione tradizionale, serviamo una nicchia di mercato molto importante nel mondo, anche se meno visibile in Italia (negli Stati Uniti rappresenta il 20% del mercato. Cosa avrebbe fatto la Galvanina se non fosse andata in America?). Negli anni, abbiamo fatto una meticolosa ricerca dei fornitori di aromi tradizionali, recuperando le bibite tipiche del dopoguerra. Fino ad allora c'era stata solo la gazzosa (tipica tra i produttori era la domanda "quanta gazzosina vendi?"). Abbiamo ripreso gli aromi e i sapori di un tempo, il chinotto, il ginger e la cedrata fatti "come ai bei tempi" con un ritorno ai sapori degli anni Cinquanta. Di recente, inoltre, abbiamo attivato una collaborazione con Almaverde Bio e in Italia siamo i più importanti produttori di bibite Bio. Nella nostra provincia siamo molto forti, con una elevata quota di mercato. In questo settore per avere le eccellenze è necessario un monitoraggio costante: un terreno è bio se non è stato coltivato da tre anni. Le stesse produzioni sono difficili da realizzare, i test di verifica sui prodotti bio sono delicati perché sono distruttivi del prodotto. Ma "bisogna partire dalla terra", anche se questa è purtroppo sottoposta a pioggia acida...».

Alcuni vostri prodotti si presentano con un design particolare.

«I nostri prodotti di punta sono venduti in bottiglie di vetro lavorate e disegnate, che hanno anche avuto un riconoscimento in Giappone per il design: è un progetto del 2010, lanciato sul mercato solo nel 2013. Voleva essere il packaging di un prodotto da ricorrenza, ma i consumatori hanno dimostrato di apprezzarlo e perciò la bottiglia lavorata è stata usata per i prodotti nuovi, le eccellenze e le bibite con la polpa». **Siamo giunti così agli anni Duemila. Che cosa ha caratterizzato questo decennio?**

«Abbiamo comperato lo stabilimento di Apecchio (PU) dove imbottigliamo acque oligominerali con un materiale plastico particolare, che consente di salvaguardare la qualità delle acque in bottiglie ed è in grado di sopportare lunghi viaggi e forti escursioni termiche. Anche questa

produzione, nata per il mercato italiano, oggi viene esportata. Al secondo anno di apertura dello stabilimento avevamo già raggiunto il punto di pareggio previsto dal *business plan* iniziale. Lo scorso inverno il sito di Apecchio è stato danneggiato dalle intense nevicate: il tetto è crollato e ha quasi distrutto lo stabilimento. In breve tempo siamo riusciti a risolvere il problema anche grazie a un finanziamento garantito da Eurofidi, che ci ha consentito di ripristinare prontamente la situazione produttiva. Quella con Eurofidi e con Eurocons è una collaborazione pluriennale, durante la quale si è creato un buon rapporto perché le banche purtroppo non conoscono così da vicino le realtà delle imprese come invece fa un Confidi, che entra proprio dentro l'azienda e riesce perciò a percepire "se c'è arrosto oppure solo fumo". Le aziende sono fatte anche di persone e talvolta bisogna scommettere su di loro e sulle loro idee. Chi conosce il mondo imprenditoriale riesce più facilmente a percepire le realtà sane e meritevoli di fiducia. E per il futuro abbiamo bisogno di consulenza a sostegno dei nostri piani di sviluppo: gli investimenti oggi devono rendere ed è necessario un recupero di efficienza».

Chiediamo con una vostra importante iniziativa sul territorio.

«La Galvanina è sponsor del Festival della Cucina Italiana, manifestazione che assegna ogni anno quattro premi ad altrettanti personaggi che si sono distinti nel mondo della cultura, dell'imprenditoria, del giornalismo e della cucina. Questo perché crediamo nelle eccellenze e le promuoviamo a tutti i livelli. All'edizione 2013, tenuta a inizio settembre a Rimini, sono stati premiati, tra gli altri, Pier Luigi Celli, presidente di Enit (Agenzia Nazionale del Turismo), l'imprenditore Leonardo Spadoni del Molino Spadoni e delle Officine Gastronomiche Spadoni, il giornalista enogastronomico di Mediaset Gioacchino Bonsignore e lo Chef "stellato" Niko Romito del ristorante Reale di Castel di Sangro. Nelle scorse edizioni, riconoscimenti sono andati a Tonino Guerra, a Vittorio Sgarbi, allo Chef riminese Gino Angelini ora ai vertici della cucina americana, a Pino Cuttaia del ristorante La Madia di Licata, ai giornalisti Bruno Gambacorta ed Anna Scafuri della Rai, all'imprenditore americano della pasta Joseph Vitale e alla signora Carla Latini dell'omonimo pastificio artigianale».



5° SALONE NAZIONALE DELL'IMPRENDITORIA FEMMINILE E GIOVANILE

L'ARTE di RE-INVENTARSI
COME ROMPERE GLI SCHEMI
E RIPRENDERSI IL FUTURO.

Torino, 1-2-3 ottobre 2013



RIMETTERSI IN GIOCO È POSSIBILE

Torna a Torino *GammaDonna*, il Salone Nazionale dell'Imprenditoria femminile e giovanile. L'edizione di quest'anno è incentrata sulla capacità di rompere gli schemi per riprendersi il futuro. Passa da qui la sfida di chi vuole costruire nuovi modelli di business, di chi cerca percorsi di carriera alternativi o magari un nuovo tipo di impiego

Nelle sue diverse edizioni, il Salone GammaDonna ha saputo raccontare la storia di imprenditrici e manager che hanno affrontato e vinto sfide difficili. Quest'anno non poteva non considerare la situazione di particolare fragilità con cui si confronta non solo il nostro sistema economico, ma in generale la società italiana. Per questo motivo il Salone – che avrà luogo a Torino, nei giorni 1, 2 e 3 ottobre – darà spazio alle motivazioni profonde per cui le donne e i giovani debbono impegnarsi nella realizzazione dei propri progetti. Rimettersi in gioco. Sul lavoro, nel modo di fare impresa, nella propria vita. Attraverso un'arte preziosa: la capacità di re-inventarsi. Oggi la sfida al futuro passa da qui, una sfida raccolta e rilanciata dal 5° Salone dell'Imprenditoria femminile e giovanile, perché nelle donne e nei giovani c'è un potenziale in grado di rimettere in moto l'economia del Paese e la società. Il 2 e 3 ottobre, al Centro Congressi Torino Incontra (via Nino Costa 8), tavoli di lavoro, workshop, incontri mirati, sessioni di networking affronteranno il tema avvalendosi della partecipazione attiva del pubblico e di numerose testimonianze di successo, dando vita a un programma concreto e fortemente interattivo, rivolto all'innovazione e alla collaborazione di rete.

Ad introdurre la due giorni, la sera del 1° ottobre al BasicVillage (largo Maurizio Vitale 1, sempre nel capoluogo piemontese), un atelier creativo nel quale sarà protagonista lo strumento espressivo del collage, metafora artistica dell'atteggiamento imprenditoriale del reinventarsi grazie alla rottura di schemi pregressi e alla creazione di nuove connessioni. Un lavoro che preparerà il terreno al Salone e porterà alla realizzazione di un'opera collettiva di "instant art", che sarà parte integrante della scenografia dell'evento e testimonierà, nei fatti, quanto sia fondamentale oggi mettere a sistema energia e creatività individuali.

Il Salone Nazionale GammaDonna, nato a Torino nel 2004, si è affermato negli anni come la più importante manifestazione nazionale su queste tematiche. Per gli alti contenuti e finalità ha ottenuto nelle ultime due edizioni una speciale medaglia di riconoscimento da parte del Presidente della Repubblica, Giorgio Napolitano. La Regione Piemonte, il Comune e la Provincia di Torino lo hanno sostenuto fin dalla sua nascita, insieme ai principali Ministeri. Per ulteriori informazioni: www.gammadonna.it.



www.1caffè.org

E' un'idea,
una buona abitudine,
un bel modo per iniziare la giornata.

Ti aspetto
Luca Argentero



UN CAFFÈ DI SOLIDARIETÀ

Donare la cifra equivalente al costo di una tazzina di espresso a un progetto no profit. L'iniziativa, promossa dall'attore Luca Argentero, dallo scorso maggio è servita a fornire visibilità e aiuto a oltre 80 associazioni. Ma il progetto ha obiettivi ancora più ambiziosi

■ Silvia Alparone

«Sono Luca Argentero e ho fatto questo sogno. Aiutami a realizzarlo». È il *claim* della campagna di autopromozione sul sito di "1 Caffè" (www.1caffè.org), l'associazione senza fini di lucro fondata dal popolare attore torinese insieme a un gruppo di amici con lo scopo di raccogliere fondi a favore delle piccole realtà del mondo del volontariato. L'iniziativa, che ha poco più di un anno, vive interamente su Internet e in particolare si muove sui *social network*: sito, blog e profili Twitter e Facebook, video su Youtube e Vine, immagini su Pinterest, tutto riproposto sempre anche sugli altri canali, raccontano in tempo reale le iniziative in corso, fatti, persone ed emozioni quotidiane della campagna. Il tutto sotto il segno di un caffè: tramite un sistema di pagamento on line descritto nel dettaglio sul sito chiunque può donare la cifra equivalente al costo di una tazzina di caffè – oppure, se colto da particolare entusiasmo, una colazione da cinque euro – all'associazione promossa nella giornata in corso. Ogni giorno, infatti, i riflettori si spostano su una diversa realtà fra quelle che si sono candidate attraverso il modulo on line disponibile sul sito: dal maggio dell'anno scorso si è dato così visibilità e supporto a più di 80 diverse associazioni, da chi si occupa di sostegno all'infanzia nei Paesi disagiati a chi è senz'altro; dalla cura dei gatti randagi alla difesa e protezione dei diritti dei minori.

Oltre al *crowdfunding*, ossia la raccolta di fondi popolare tramite Internet, per le associazioni coinvolte ci sono anche altre possibili ricadute:



Lo staff dell'associazione

«La nostra voce in rete – spiega Beniamino Savio, cofondatore e presidente dell'associazione – è forte e continua a crescere, grazie a Luca, ai nostri volontari web, come blogger e *social media* specialist, a chi ci segue, ai media e ogni giorno parliamo a più di 20 mila persone. A tutti raccontiamo chi è l'associazione che beneficia del finanziamento in quel momento, il suo progetto, i contatti per poterne seguire gli sviluppi in autonomia. In questo modo ci auguriamo di aumentare il loro seguito, di dar loro una mano, di dar loro un po' della visibilità che merita. Ogni giorno non sarebbe bello sapere, prime delle notizie del telegiornale che ci parlano di crisi, omicidi, disastri, che esiste un gruppo di persone che trova ancora tempo ed energie per aiutare qualcun altro? Un piccolo assaggio di ottimismo, di speranza. La nostra idea è che un giovane apra la sua pagina Facebook, veda il post di "Un caffè", scopra che esiste il tal progetto di solidarietà e in quel momento la sua immaginazione, il suo cuore ne rimangano colpiti. Questo ha delle conseguenze più o meno grandi, dalla semplice offerta di caffè, al fatto che quel giovane vada sul sito dell'associazione del giorno per vedere cosa fa, fino a magari diventarne parte sostenendo attivamente quel progetto».

Dal lancio dell'iniziativa quante sono le onlus che sono state coinvolte finora?
«Sono state coinvolte più di 180 associazioni – risponde Luca Argentero, vicepresidente della onlus – e si occupano delle attività più svariate. Tutte no-profit, tutte con un progetto legato al sociale e alla solidarietà. Alcune operano in Italia, altre all'estero, alcune supportano progetti legati a problemi di povertà, altre di emarginazione, altre di malattie minori ma micidiali, altre di supporto agli anziani o ai disabili. L'unica caratteristica comune è che sono associazioni senza scopo di lucro i cui volontari e soci cercano di dare una mano al prossimo».

Molto entusiasmo tra i soci fondatori, che serve anche per superare le difficoltà degli italiani con i mezzi di pagamento on line e in generale con il mondo del web. Qual è la media dei finanziamenti raggiunta?

«In una giornata 50 euro? 60 euro? Sono numeri ancora bassi, tali da non meritare attenzione, se non nel senso di volontà di migliorare. Le difficoltà derivano dalla natura stessa della nostra onlus, un po' pionieristica. Il *crowdfunding* si sta diffondendo ora in America e in Italia se ne inizia a parlare. I sistemi di pagamenti mobile sono molto poco diffusi. Noi italiani usiamo molto il contante, poco le carte di credito, pochissimo il mobile payment. Sembra che non sia così, ma se si guardano le statistiche e si confrontano con il sistema europeo degli Stati Uniti, ci si rende conto che siamo ancora molto tradizionalisti».

Come vengono selezionate le associazioni che fanno richiesta attraverso il modulo sul sito?

«Non c'è una vera selezione. Se ci forniscono tutte le informazioni e hanno quella caratteristica comune di voler dare una mano al prossimo non ci sono preclusioni né giudizi. Li mettiamo semplicemente in palinsesto, e poi li contattiamo per comunicare il giorno di pubblicazione e chiedere il loro supporto per diffondere l'idea. Non ci è capitato di doverne escludere nessuna, se non forse, se non ricordo male, un paio, che erano no profit, ma erano un'associazione sportiva e una culturale. Per ora stiamo dando precedenza a quelle a sfondo solidale».

Quali sono gli sponsor che hanno partecipato? Come si sostiene l'iniziativa?
«I costi di gestione di 1 Caffè Onlus sono molto bassi. Siamo una realtà online, senza struttura, e ci lavoriamo gratuitamente. Le spese che sosteniamo sono legate di solito alla pubblicità o alla produzione di materiale per qualche evento. Quindi ci basta anche solo un evento all'anno per autofinanziarci».

Ma perché proprio il caffè?

«Provi a immaginare nella sua giornata quante volte sente queste frasi: "prendiamo un caffè?" oppure "vieni, ti offro un caffè?", "Le posso offrire 1 caffè?". Quante volte ha offerto il caffè a emeriti sconosciuti nella sua vita professionale? E altrettanto hanno fatto con lei? E con quanti lo ha preso con amici e amori nella sua vita personale? È un elemento della nostra cultura, del nostro quotidiano, che tutti, nonostante la crisi, ci possiamo ancora permettere. Poi se vuole posso continuare: ci piace la tradizione del caffè sospeso napoletano, che è come offrire un caffè all'umanità, ci piace l'idea che il caffè dia carica ed energia, e così anche fare un piccolo gesto di bontà ci dà subito un breve senso di appagamento con noi stessi. Ci piace il fatto che si prende all'inizio della giornata, come vorremmo che accadesse per la nostra Onlus: arrivi in ufficio, prendi il caffè, e intanto ti leggi la storia dell'associazione del giorno. E se ti piace, fai il tuo piccolo gesto per supportarli».

Cosa ti ha spinto a partecipare/lanciare un'iniziativa come 1 Caffè?

«Mi ha spinto il mio amico fraterno Beniamino (Savio, Ndr), dovevamo concretizzare le reciproche promesse universitarie, fare qualcosa insieme, ma soprattutto per gli altri».

Che cosa ti ha dato e ti dà questa esperienza?

«Siamo ancora lontani dagli obiettivi che ci siamo posti, ma siamo sicuri che riusciremo a rendere la solidarietà un concetto virale. Mi piace pensare che stiamo lavorando a una struttura totalmente innovativa, potenzialmente in grado di salvaguardare l'incredibile lavoro che le piccole associazioni svolgono quotidianamente. 1caffè.org mi permette di sognare in grande. E poi mi piace lavorare con un gruppo di amici, giovani entusiasti e fiduciosi, di cui ho grande stima e fiducia. Forse un giorno potremo dire di aver reso il mondo un posto migliore, anche solo un po'...».



ANCHE TRA IMPRESE IL GARANTE È SEMPRE EUROFIDI

La nostra società è operativa già da alcuni mesi con un servizio che si affianca alla tradizionale concessione di garanzie bancarie. L'attività prevede per le imprese un rapporto fideiussorio diretto, che può essere usato in diversi casi, dai contratti di fornitura a quelli di locazione

■ Dario Pagano

Da una parte la nuda cronaca economica: il secondo trimestre di quest'anno è stato caratterizzato da un'ulteriore crescita della percentuale di imprese che ha saldato le fatture ai propri fornitori con ritardi gravi, ossia oltre i trenta giorni medi dalla scadenza contrattuale; più precisamente, al 30 giugno scorso i ritardi di pagamento superiori al mese rispetto ai termini concordati hanno riguardato il 12% delle imprese (contro una quota pari all'11,1% del trimestre precedente e al 10,5% dell'intero 2012); nell'ultimo trimestre, neppure un'impresa ogni due (il 45,8%) ha onorato alla scadenza gli impegni con i propri fornitori.

Dall'altra, una concreta proposta di Eurofidi per cercare di lenire questa situazione. Da alcuni mesi, la nostra società offre alle imprese un nuovo servizio, che si affianca alla tradizionale concessione di garanzie bancarie: si tratta del rapporto fideiussorio diretto tra Eurofidi e le aziende. È definito "diretto" perché il soggetto beneficiario, ossia il destinatario della garanzia, è una Pmi o una persona fisica e non un istituto di credito come nel caso delle "tradizionali" garanzie rilasciate dai Confidi.

Come è noto, la fideiussione è un negozio giuridico regolato dal Codice Civile (articolo 1936 e seguenti) con il quale un soggetto, il fideiussore, obbligandosi personalmente nei confronti del creditore, garantisce l'adempimento di un'obbligazione altrui. Il fideiussore, ovviamente, è sempre Eurofidi, che interviene su tutte le fideiussioni

che prevedono un obbligo di pagamento nei termini stabiliti da un contratto e sono strettamente collegate all'attività caratteristica d'impresa. Le fideiussioni possono essere rilasciate a favore di privati o di società di capitali o di persone con scopi anche molto diversi: dai contratti di fornitura alle garanzie degli affitti commerciali oppure del pagamento differito di pedaggi autostradali o ancora degli anticipi per immobili da costruire. Si tratta di operazioni che non richiedono il deposito di fondi a garanzia dell'emissione della fideiussione, ma esclusivamente il pagamento del costo dell'operazione. Anche per questo motivo, per le imprese si tratta di prodotti non così semplici da reperire sul mercato. Eurofidi non rilascia fideiussioni che hanno come beneficiario un ente pubblico (per esempio, per il pagamento Iva) o comportano un obbligo di fare (per la buona conduzione di un bene o per la corretta esecuzione di un lavoro).

I PRIMI CASI TRATTATI

Alcuni esempi, fra i tanti casi affrontati in queste prime settimane, possono chiarire l'utilità del servizio. Una fideiussione rilasciata dal Confidi nell'interesse di un'azienda di Parma – che si occupa di progettazione, costruzione e vendita di impianti per il trattamento e lo smaltimento di rifiuti – a favore di impresa di Cesena – leader nella realizzazione di celle frigorifere e di stabilimenti per l'industria alimentare – a garanzia del regolare pagamento di parte di una fornitura di metallo. La garanzia ha avuto durata tre mesi, il tempo previsto per il pagamento della fornitura, con un importo di 44 mila euro. La fideiussione di Eurofidi ha comportato il miglioramento delle condizioni di fornitura per l'impresa cliente: un più ampio plafond e una maggiore dilazione dei tempi di pagamento, passati da 30 a 60 giorni.

E ancora: una fideiussione deliberata nell'interesse di un'azienda di Modena a favore di una società immobiliare di Maranello, a garanzia del regolare e puntuale pagamento dei canoni di locazione a scadenza. La fideiussione ammonta a 30 mila euro e avrà durata di 72 mesi.

IL SERVIZIO OFFERTO

Vediamo nello specifico il servizio proposto. Alle imprese Eurofidi offre:

- **garanzie sui finanziamenti soci e di terzi finanziatori a sostegno dell'operatività aziendale in questa fase di contrazione del credito bancario.** La nostra società garantisce chi apporta denaro nelle aziende nel caso in cui, a scadenza, la Pmi non sia in grado di rimborsarlo;

- **fideiussioni per forniture.** La fideiussione è a garanzia del puntuale pagamento alle scadenze pattuite di crediti certi ed esigibili derivanti da un contratto di fornitura o da un preliminare. Non comporta alcun costo o impegno per il beneficiario. Per il contraente, la fideiussione può essere utilizzata, oltre che a garantire la fornitura, anche a migliorare le proprie condizioni di acquisto (maggior plafond, maggiori dilazioni, sconti, etc.). Eurofidi prevede la possibilità di garantire plafond continuativi con fideiussioni pluriennali fino a 60 mesi, comprese le necessità della grande distribuzione. Inoltre, rientrano nei casi illustrati anche tutte le fideiussioni previste dal settore autotrasporto per i pagamenti di tunnel, passaggi nave, collegamenti intermodali, passaggi autostradali, eco-bonus e carburante;

- **fideiussioni a garanzia degli affitti commerciali.** Eurofidi garantisce che il contraente paghi puntualmente i canoni di affitto. Con la fideiussione chi affitta non deve versare deposito cauzionale (nessun vincolo di liquidità), mentre il proprietario non deve versare annualmente l'interesse al tasso legale sulla somma a deposito;

- **fideiussioni a garanzia degli anticipi per immobili da costruire.** La fideiussione rilasciata è a garanzia dell'eventuale restituzione delle somme e del valore di ogni altro corrispettivo versati anticipatamente dal beneficiario per l'acquisto o l'assegnazione delle/a unità immobiliari/e, qualora il contraente (impresa edile) incorra in una situazione di crisi, come disciplinata dalla legge 210 del 2004 (tutela dei diritti patrimoniali degli acquirenti di immobili da costruire), che non consenta al beneficiario la stipula del contratto notarile di acquisto/assegnazione.

ULTERIORI CARATTERISTICHE DELL'ATTIVITÀ

Il massimale di intervento per impresa può raggiungere i 2,5 milioni di euro. Tutte le fideiussioni rilasciate sono coperte dalla garanzia del Fondo Centrale di Garanzia, ai sensi della legge 662 del 1996. Il contraente della fideiussione deve necessariamente essere una Pmi appartenente a tutte le categorie merceologiche (ad eccezione dei settori agricolo, finanziario, assicurativo o degli armamenti) e rientrare nei limiti dimensionali così come definiti nel D.M. 18/04/2005 (sono escluse le Pmi ai sensi BEI). Il beneficiario della fideiussione può essere sia una persona giuridica (anche di grandi dimensioni) sia una persona fisica avente rapporto con il contraente.

Le regioni in cui il servizio offerto da Eurofidi attualmente è operativo sono: Piemonte, Liguria, Valle d'Aosta, Lombardia, Veneto, Friuli Venezia-Giulia, Trentino Alto Adige, Emilia-Romagna, Toscana, Abruzzo, Marche, Umbria, Lazio, Campania e Puglia.



PIEMONTE: BANDO PER SUPPORTARE LO SVILUPPO

La Regione mette a disposizione delle Pmi venti milioni di euro per finanziare progetti di investimento e di acquisizione di aziende. In particolare, sono premiati quelli che prevedono la patrimonializzazione dell'impresa, l'incremento dell'occupazione e l'efficientamento energetico

■ Riccardo Galimberti

La Regione Piemonte ha di recente pubblicato un bando finalizzato a supportare le Pmi attive sul territorio regionale, nella realizzazione di progetti di investimento e sviluppo, sostenendo nel contempo il fabbisogno di capitale circolante connesso all'espansione commerciale.

La misura è stata attivata grazie alla dotazione di venti milioni di euro messi a disposizione dalla Banca europea per gli investimenti (BEI). Beneficiarie dell'iniziativa sono le Pmi operanti nei settori manifatturiero, delle costruzioni, del commercio (dettaglio e ingrosso), del turismo, dei servizi alle imprese (con alcune esclusioni e limitazioni indicate nel bando). Sono ammessi ad agevolazione i programmi di investimento di importo minimo pari a 150 mila euro. Sono previste due linee di intervento: la prima, "Investimenti", gode di un plafond di 16 milioni di euro; la seconda, "Acquisizione d'azienda", ha a disposizione risorse per quattro milioni di euro. Vediamo nel dettaglio le due linee di intervento.

LINEA INVESTIMENTI

I programmi di investimento devono prevedere:

1. l'acquisto di macchinari, impianti, linee di produzione, attrezzature;
2. l'acquisto hardware, software e programmi informatici specifici;
3. l'acquisto o costruzione di immobili da destinarsi all'attività primaria ammissibile;
4. la realizzazione di opere murarie e assimilate (escluse le bonifiche);
5. capitale circolante connesso all'espansione commerciale;
6. costi di revamping (revisione e ristrutturazione straordinaria degli impianti e macchinari usati), se inseriti a cespite.

Gli investimenti produttivi, costituiti dalle voci 1, 2 e 6, devono rappresentare il 40% del programma d'investimenti. È ammesso l'acquisto di macchinari, impianti e linee di produzione usati.

Sono ammissibili le spese sostenute fino ai sei mesi antecedenti la data di presentazione della domanda, nel limite massimo del 30% dell'importo del progetto ammissibile.

Il "Capitale circolante" può essere finanziato per un importo non superiore al 20% delle spese totali ammissibili e deve riguardare ordini accettati o contratti di fornitura di beni e/o servizi antecedenti, al massimo, i sei mesi dalla data di presentazione della domanda.

LINEA ACQUISIZIONE D'AZIENDA

In questo caso, i programmi di investimento prevedono:

1. costo di acquisizione di azienda o di ramo d'azienda;
2. costo di affitto di azienda o ramo d'azienda (canoni di locazione), esclusivamente se in conto acquisto (se finalizzati alla successiva acquisizione da effettuarsi entro 24 mesi dalla concessione del finanziamento);
3. eventuali costi per nuovi investimenti e per il fabbisogno di circolante.

CONDIZIONI COMUNI

Su entrambe le linee sono considerate inammissibili:

1. le spese di consulenza di qualsiasi genere (ad eccezione del costo per le perizie);
2. i beni acquisiti in leasing;
3. i bani pagati per compensazione, in economia e in contanti.

AGEVOLAZIONE

Nel concreto, l'agevolazione consiste in un finanziamento di durata massima di sei anni a copertura del 100% dei costi ammissibili con una quota di fondi BEI (al massimo due milioni di euro) in compartecipazione con il sistema bancario variabile dal 50% all'85% a seconda della presenza o meno di uno o più ambiti di premialità: patrimonializzazione dell'impresa, incremento dell'occupazione, efficientamento energetico.

Alla quota di fondi BEI è applicato un tasso di interesse fisso annuo stimabile intorno al 2%.

Le domande potranno essere inviate telematicamente dal 24 settembre fino all'8 novembre.

INIZIATIVE DELLE CAMERE DI COMMERCIO

LIVORNO

Contributi per la certificazione di qualità

Le imprese operanti nella provincia di Livorno possono agevolare le spese di consulenza sostenute per l'ottenimento di un sistema di certificazione ambientale, di qualità o per l'accreditamento SOA. A tal fine la Camera di Commercio di Livorno eroga un contributo a fondo perduto pari al 50% delle spese effettivamente sostenute e documentabili, fino a un massimo di 2.500 euro (il contributo non può superare i duemila euro per le spese di consulenza relative all'accreditamento SOA). Lo strumento è operativo fino a esaurimento delle risorse disponibili.

PIACENZA

Accesso al credito

Le Pmi con sede o unità locale a Piacenza e nella sua provincia, operanti in tutti i settori di attività, possono richiedere un contributo sui finanziamenti garantiti da Eurofidi per la realizzazione di programmi di innovazione tecnologica, sviluppo imprenditoriale, apertura di nuove imprese, esigenze di liquidità e consolidamento passività a breve. Sono ammessi ad agevolazione i finanziamenti la cui garanzia è stata deliberata dal primo gennaio 2013 per spese effettuate a partire da quella stessa data. Il beneficio consiste in un contributo in conto interessi pari al 1,5%, calcolato per un periodo massimo di 60 mesi, nel caso di finanziamenti per investimenti; del 1%, calcolato per un periodo massimo di 60 mesi, nel caso di finanziamenti per esigenze di liquidità. Queste percentuali sono incrementate dello 0,50% se le imprese beneficiarie sono giovanili.

ANCONA

Contributi per progetti di certificazione integrati

È sempre possibile per le imprese iscritte nel registro della Camera di Commercio di Ancona e operanti in tutti i settori, nonché le loro cooperative e consorzi, beneficiare di contributi a fondo perduto pari al 50% delle spese sostenute, fino ad un massimo di 10 mila euro in caso di progetti di certificazione integrati, per agevolare le spese effettivamente sostenute e documentate per l'ottenimento di un sistema di gestione ambientale (ISO 14001, EMAS), di responsabilità sociale (SA 8000) e/o della salute e sicurezza sui luoghi di lavoro (OHSAS 18001). Lo strumento opera a sportello durante tutto l'arco dell'anno.

VITERBO

Certificazione di qualità

La Camera di Commercio di Viterbo agevola le spese sostenute dalle imprese, con sede legale, secondaria o unità operativa nel territorio provinciale, per l'acquisizione di consulenze finalizzate al primo ottenimento dei sistemi di certificazione ISO 9001, OHSAS 18001, SA 8000, SOA e FPC nonché per il costo dell'ente certificatore. Il beneficio concesso consiste in un contributo a fondo perduto di importo variabile in base alla tipologia di certificazione ottenuta e comunque con un massimo di cinquemila euro.

TERAMO

Certificazione di qualità

La Camera di Commercio di Teramo agevola le spese sostenute dalle imprese, con sede legale e/o unità operativa nel territorio provinciale, per l'acquisizione di consulenze finalizzate all'ottenimento dei sistemi di certificazione ISO 9000, ISO 9001, VISION 2000, ISO 14001, OHSAS 18001, ISO 3834 e per il regolamento EMAS nonché per il costo dell'ente certificatore. Il beneficio concesso consiste in un contributo a fondo perduto pari al 50% delle spese ammissibili con un massimo di 2.500 euro.

VARESE

Riequilibrio finanziario

La Camera di Commercio di Varese ha attivato un bando rivolto alle micro, piccole imprese e medie imprese con sede e/o unità operativa nella provincia, per sostenere operazioni di finanziamento destinate al riequilibrio finanziario ed effettuate tramite l'intervento dei Confidi operanti nel territorio, tra cui Eurofidi. L'intervento agevolativo consiste in un contributo pari al 2,5% del finanziamento bancario, in un contributo del 50% del costo totale della garanzia consortile e in un contributo per consulenze in materia finanziaria e creditizia. Le domande possono essere inviate telematicamente dal 16 settembre fino a esaurimento delle risorse.

MILANO

Bando AgevolaCredito 2013

Con il bando Agevolacredito, la Camera di Commercio di Milano sostiene le Pmi della provincia nell'ottenimento di finanziamenti e contributi, tramite l'intervento dei Confidi, per facilitare programmi di sviluppo e patrimonializzazione aziendale. L'intervento agevolativo prevede la stipula di finanziamenti e leasing con tetto massimo agli spread e al costo della garanzia per moderare il costo del credito. L'agevolazione consiste in un contributo in conto interessi sulla misura 1 - Programmi d'investimento produttivi e nei seguenti ulteriori contributi solo sulla misura 2 - Operazioni di patrimonializzazione aziendale: contributo a fondo perduto pari al 50% dei costi sostenuti sino a 3.000 euro per l'ottenimento della garanzia del Confidi e, nel caso di aumento di capitale sociale, contributo a fondo perduto pari al 10% del finanziamento bancario ottenuto fino ad un massimo di 10 mila euro. Il bando è operativo dal 16 maggio 2013, con domande presentabili ai Confidi convenzionati (tra cui Eurofidi).

BRESCIA

Contributi per l'accesso al credito settore industria, artigianato, commercio turismo e servizi

Di prossima attivazione i bandi camerali rivolti alle Pmi della provincia di Brescia finalizzati a sostenere l'accesso al credito per l'annualità 2013. L'agevolazione consiste in un contributo a fondo perduto a fronte di finanziamenti bancari erogati dal primo luglio 2012 e garantiti dai Confidi. La misura per il settore industriale interessa solo i finanziamenti rivolti all'acquisto di beni strumentali (programmi d'investimento), i bandi dei settori artigianato e commercio-turismo-servizi agevolano anche i finanziamenti per liquidità. Il contributo concesso varia dal 4 al 6% dell'importo del finanziamento a seconda del bando e della finalità, a condizione che gli investimenti siano già realizzati e le rate del finanziamento rimborsate (quota capitale + interessi) in misura almeno pari al contributo spettante. L'apertura dello sportello telematico di presentazione sarà differenziato per settore economico: per commercio, turismo e servizi: 12 novembre 2013; per industria: 14 novembre; per artigianato: 19 novembre. Le domande verranno esaminate in base all'ordine cronologico di presentazione.

PADOVA

Innovazione tecnologica 2013

Fino al prossimo 31 dicembre le imprese di ogni dimensione, operanti in tutti i settori economici, aventi sede legale e/o operativa sul territorio provinciale, possono agevolare le spese per l'acquisizione di servizi specifici e di beni materiali e/o immateriali relativi alla realizzazione di progetti riguardanti sistemi informativi, e-commerce e Web, innovazione brevettuale nonché infrastrutture telematiche e cloud computing. La Camera di Commercio di Padova a tal proposito concede un contributo a fondo perduto pari al 50% delle spese sostenute, fino a un limite massimo di cinquemila euro per impresa.

TUTTE LE NOVITÀ DALLE REGIONI

INTERO TERRITORIO NAZIONALE

Finanziamenti per l'agroindustria

Le società di capitali e le società cooperative operanti nei settori della trasformazione e commercializzazione dei prodotti agricoli, zootecnici e silvicoli, possono agevolare la realizzazione di progetti industriali finalizzati alla realizzazione di nuove iniziative, programmi di ampliamento, ammodernamento, ristrutturazione di unità produttive esistenti, diversificazione della produzione in nuovi prodotti aggiuntivi, cambiamento fondamentale del processo di produzione complessivo di uno stabilimento esistente nonché la realizzazione di impianti di generazione di energia da fonti rinnovabili fino a un MW di potenza, da reimpiegare totalmente nell'ambito dei processi produttivi. A tal fine l'Istituto di Sviluppo Agroalimentare - società finanziaria con socio unico il Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali - può concedere alle Pmi un finanziamento agevolato, con tasso di interesse pari al 15% del tasso di riferimento, fino ad un massimo pari al 50% dell'investimento, abbinato ad assunzione temporanea di partecipazioni di minoranza nel capitale sociale delle imprese beneficiarie.

EMILIA ROMAGNA

Contributi per la partecipazione a fiere internazionali

Le Pmi singole o aggregate in Associazione Temporanea di Impresa (ATI), con sede legale nel territorio regionale, possono agevolare la propria partecipazione a un minimo di tre eventi fieristici di promozione aziendale all'estero in programma nel 2014. A tal fine è prevista la concessione di contributi a fondo perduto pari al 30% della spesa ammissibile nel caso di iniziative sostenute da Pmi singole e pari al 45% della spesa ammissibile nel caso di iniziative sostenute da ATI. Le domande di contributo possono essere presentate fino al 15 ottobre.

Fondo Green Economy

Le Pmi industriali, artigiane e dei servizi alla persona con localizzazione produttiva in Emilia-Romagna possono agevolare la realizzazione di programmi di investimento, da sostenersi entro 18 mesi dalla data di concessione del finanziamento, volti all'efficiamento energetico, alla produzione di energia da fonti rinnovabili e alla realizzazione di impianti tecnologici che consentano la riduzione dei consumi energetici da fonti tradizionali (Por Fesr 2007-2013). La Regione concede un finanziamento a tasso agevolato con provvista mista. Il tasso complessivo dell'operazione è oggi pari al 3,25%. Le richieste di contributo sono presentabili fino al 29 novembre prossimo, salvo esaurimento anticipato delle risorse disponibili.

UMBRIA

Sostituzione amianto e installazione fotovoltaico

Le imprese ombre possono sempre agevolare la realizzazione di programmi di investimento finalizzati alla sostituzione di coperture in amianto con eventuale realizzazione di impianti fotovoltaici su immobili di proprietà (Por Fesr 2007-2013). È prevista la concessione di un contributo a fondo perduto di importo variabile in base alle dimensioni aziendali e comunque compreso tra il 20 e il 30% della spesa ammissibile. La presentazione delle domande di aiuto è possibile fino ad esaurimento delle risorse disponibili.

LIGURIA

Fondo rotativo per strutture extra-alberghiere

A partire dal prossimo primo ottobre, le Pmi liguri che esercitano attività extra-alberghiera, nella fattispecie case per ferie, ostelli per la gioventù, rifugi alpini ed escursionistici, affittacamere, case e appartamenti per vacanze, potranno presentare richiesta di agevolazione per la realizzazione ex novo o riqualificazione di strutture turistico-ricettive extra-alberghiere esistenti ed in esercizio nonché per il risparmio ed il conseguimento dell'efficienza energetica, anche attraverso il ricorso a sistemi di energia rinnovabile (legge regionale 15/2008). Sarà a tal fine concesso un finanziamento di importo massimo pari a 500 mila euro, erogato interamente con risorse pubbliche al tasso dello 0,50% - per durate pari a cinque anni - e dell'1% - per durate pari a dieci anni.

TOSCANA

Fondo per gli investimenti delle PMI

La Regione Toscana concede finanziamenti a tasso 0%, per un importo variabile tra il 60% ed il 70% del programma di investimento ammesso ad agevolazione, abbinati a prestiti partecipativi a tasso 0% pari al 100% del valore degli investimenti, alle PMI - anche di nuova costituzione - operanti nei settori artigiano, industriale e cooperativo per favorire lo sviluppo ed il rafforzamento patrimoniale e l'incremento della capacità di generare innovazione (Por Fesr 2007-2013). Possono essere agevolate le spese relative a terreni, impianti industriali, macchinari e attrezzature, immobili ed opere murarie, diritti di brevetto, licenze e know-how, consulenze e partecipazione a fiere. Le richieste di agevolazione possono essere presentate fino al prossimo 31 ottobre per la Linea Industria-Cooperazione e fino ad esaurimento risorse per la Linea Artigianato.

LAZIO

Fondo Green Economy

Le Pmi, singole o aggregate, aventi sede o unità produttiva nel Lazio, possono agevolare la realizzazione di interventi per il risparmio energetico, l'installazione di impianti di produzione di energia da fonti rinnovabili e di impianti di cogenerazione ad alto rendimento. La misura prevede l'erogazione di finanziamenti a tasso agevolato, che possono coprire fino al 100% delle spese ammissibili, composti da una quota a tasso 0% pari al 75% del finanziamento ed una quota bancaria, pari al restante 25% del finanziamento, a tasso convenzionato (fisso o variabile) ottenuto applicando al parametro IRS (in caso di tasso fisso) oppure al parametro Euribor (in caso di tasso variabile) uno spread massimo modulato in funzione del merito di credito e del rating del beneficiario. Le domande di agevolazione sono presentabili fino al 30 giugno del prossimo anno, salvo esaurimento anticipato dei fondi disponibili.



Con trovagevolazioni.it scoprire gli incentivi è più facile

Il sito www.trovagevolazioni.it, realizzato da Eurocons, mette a disposizione un database completo e costantemente aggiornato con tutti i principali incentivi di cui le imprese (dalle micro alle grandi) possono beneficiare: bonus fiscali, contributi a fondo perduto, in conto capitale e in conto interessi, crediti di imposta, finanziamenti a tasso agevolato o convenzionato, tariffe incentivanti. Il sito è semplice da utilizzare: bastano pochi clic per selezionare la regione di proprio interesse, l'area tematica o la tipologia di intervento e il database propone tutte le opportunità disponibili per finanziare gli investimenti di un'azienda. In più, offre un'assistenza on line grazie alla quale è possibile richiedere in diretta maggiori informazioni. Ogni agevolazione è illustrata con una scheda di approfondimento realizzata dall'Ufficio Ricerca e Sviluppo del Settore Finanza Agevolata di Eurocons.

ABRUZZO

PESCARA
Via Vittoria Colonna, 97
65127 Pescara
t. 085 6922802 - f. 085 4531279
pescara@eurogroup.it

CAMPANIA

**NAPOLI: PRODOTTI OFFERTI
DA EUROFIDI TRAMITE
CAPITALESVILUPPO
MEDIATORE CREDITIZIO
(CONVENZIONATO CON EUROFIDI)**
Viale Gramsci, 17B
80122 Napoli
t. 081 19546891 - f. 081 0112573
napoli@capitalesviluppo.it

EMILIA-ROMAGNA

BOLOGNA
Via Piero Gobetti, 52
40129 Bologna
t. 051 371993 - f. 051 352894
bologna@eurogroup.it

FORLÌ
Via Costanzo II, 11 - 47122 Forlì
t. 0543 774841 - f. 0543 795449
forli@eurogroup.it

FRIULI VENEZIA GIULIA

**UDINE: EUROFIDI TRAMITE
EUROVENETO AGENTE ED EUROCONS
TRAMITE EUROVENETO CONSULENZA**
Via Antonio Bardelli, 4 - 33035
Torreano di Martignacco (UD)
t. 0432 544603 - f. 045 4720169
udine@agenti.eurogroup.it

LAZIO

ROMA
Viale del Poggio Fiorito, 27
00144 Roma
t. 06 54210990 - f. 06 5918996
roma@eurogroup.it

LIGURIA

GENOVA
Via Bombrini, 16 - 16149 Genova
t. 010 6435308 - f. 010 6435252
genova@eurogroup.it

SAVONA
Via Fiume, 2/A - 17100 Savona
t. 019 8338215 - f. 019 850645
savona@eurogroup.it

LOMBARDIA

BERGAMO
Via Fiume Po, 947
24040 Stezzano (BG)
t. 035 205041 - f. 035 4540740
bergamo@eurogroup.it

BRESCIA - MANTOVA
Via Orzinuovi, 20 - 25125 Brescia
t. 030 347500 - f. 030 3531862
brescia@eurogroup.it

BRIANZA
Via Volta, 94 - 20832 Desio (MB)
t. 0362 308810 - f. 0362 630186
brianza@eurogroup.it

GALLARATE
Piazza Francesco Buffoni, 5
21013 Gallarate (VA)
t. 0331 790621 - f. 0331 793484
gallarate@eurogroup.it

MILANO NORD
Via Stephenson, 94 - 20157 Milano
t. 02 332778811 - f. 02 39002997
milanonord@eurogroup.it

MILANO SUD
Viale Milanofiori, Strada Uno -
Palazzo F1 - 20090 Assago (MI)
t. 02 57501399 - f. 02 8240153
milanosud@eurogroup.it

PAVIA
Viale Brambilla, 60 - 27100 Pavia
t. 0382 383911 - f. 0382 528469
pavia@eurogroup.it

MARCHE

ANCONA
Via I Maggio, 150 - 60131 Ancona
t. 071 2868147 - f. 071 2916929
ancona@eurogroup.it

PESARO
Largo Ascoli Piceno, 23 - 61122 Pesaro
t. 0721 405640 - f. 0721 401196
pesaro@eurogroup.it

PIEMONTE

ALESSANDRIA
Via Cardinal Massaia, 2/A
15121 Alessandria
t. 0131 443474 - f. 0131 232616
alessandria@eurogroup.it

ASTI
Corso Don Minzoni, 72 - 14100 Asti
t. 0141 210783 - f. 0141 353839
asti@eurogroup.it

BIELLA
Via Maestri del Commercio, 4/D
13900 Biella
t. 015 8497633 - f. 015 406209
biella@eurogroup.it

BORGOMANERO
Viale Kennedy, 87 - 28021
Borgomanero (NO)
t. 0322 834255 - f. 0322 835411
borgomanero@eurogroup.it

CHIVASSO
Via E. Gallo, 27 - 10034 Chivasso (TO)
t. 011 9195674 - f. 011 9195567
chivasso@eurogroup.it

CUNEO
Corso Nizza, 5 - 12100 Cuneo
t. 0171 694646 - f. 0171 696402
cuneo@eurogroup.it

RIVOLI
Corso Susa, 299 - 10098 Rivoli (TO)
t. 011 9550490 - f. 011 9550254
rivoli@eurogroup.it

TORINO
Via Perugia, 62 - 10152 Torino
t. 011 2405550 - f. 011 856674
torino@eurogroup.it

TORINO MIRAFIORI
Corso Unione Sovietica, 612/15B
10135 Torino
t. 011 3402911 - f. 011 3471120
mirafiori@eurogroup.it

TOSCANA

**AREZZO IN PARTNERSHIP
CON API AREZZO**
Via Calamandrei, 183
52100 Arezzo
t. 0575 250806 - f. 0575 250798
arezzo@eurogroup.it

FIRENZE
Via Volturmo, 10/12 - 50019 località
Osmannoro - Sesto Fiorentino (FI)
t. 055 3454067 - f. 055 3454068
firenze@eurogroup.it

PISA
Via Sterpulino, 1/G, località
Ospedaletto - 56121 Pisa
t. 050 977501 - f. 050 984048
pisa@eurogroup.it

UMBRIA

PERUGIA
Via Pieviola, 207/B-2-Bis
(Centro Polifunzionale "Il Perugino")
06132 Località San Sisto - Perugia
t. 075 4655970 - f. 075 4655990
perugia@eurogroup.it

VENETO

**PADOVA: EUROFIDI TRAMITE
EUROVENETO AGENTE ED EUROCONS
TRAMITE EUROVENETO CONSULENZA**
Via San Marco, 11
35129 Padova
t. 049 0965169 - f. 049 0965172
padova@agenti.eurogroup.it

**TREVISO: EUROFIDI TRAMITE
EUROVENETO AGENTE ED EUROCONS
TRAMITE EUROVENETO CONSULENZA**
Piazza delle Istituzioni, 23 edificio G
31100 Treviso
t. 0422 1562028 - f. 0422 1572580
treviso@agenti.eurogroup.it

**VERONA: EUROFIDI TRAMITE
EUROVENETO AGENTE ED EUROCONS
TRAMITE EUROVENETO CONSULENZA**
Via Enrico Fermi, 11/A
37136 Verona
t. 045 4720170 - f. 045 4720169
verona@agenti.eurogroup.it

Siamo operativi anche in:
Valle d'Aosta, Trentino-Alto Adige,
Molise, Puglia, Basilicata, Calabria
e Sicilia.



Eurofidi
Garanzia fidi

Eurocons
Consulenza alle imprese

Euroenergy
Green Solutions

RECUPERO COSTA CONCORDIA:
LA TECNICA RISCATTERÀ L'ERRORE UMANO?

6



CON LA CRISI MENO LAVORO PER GLI STRANIERI.
E GLI ITALIANI TORNANO AGLI ANTICHI MESTIERI

10



PMI: IN PIEMONTE BANDO
PER SUPPORTARE LO SVILUPPO

22

