

RETE DI IMPRESE

EUROGROUP
sosteniamo lo sviluppo delle imprese

EUROFIDI
garanzia per le imprese

EUROCONS
consulenza per le imprese

EUROENERGY
energie rinnovabili per le imprese

EUROVENTURES
capitali per la tua nuova impresa

Poste Italiane S.p.A. - Spedizione in abbonamento postale - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1, comma 1, NO/TORINO n. 6/2014 - Costo copia € 1,00

Eureka!

LA RIVISTA DELLE IMPRESE EUROGROUP **6** NOVEMBRE DICEMBRE
DUEMILAQUATTORDICI

CHE COSA SI PUÒ IMPARARE
DALLA SILICON VALLEY

4



IL CAPITALE IMMATERIALE
ENTRA NEL BILANCIO

10



TOSCANA: IN ARRIVO
I PRIMI BANDI POR 2014-2020

23



**STRUMENTI PER
UN NUOVO SVILUPPO**



IL NOSTRO COMPITO: ESSERE UN VOLANO PER LO SVILUPPO DELLE IMPRESE

Siamo giunti al numero di fine anno della rivista dedicata alle nostre imprese clienti. Di solito questo è il momento che si presta meglio a fare il punto della situazione dei dodici mesi trascorsi in vista dei progetti per quelli successivi.

Si chiude un anno che segnerà un cambiamento forte nelle nostre società e per questo voglio innanzitutto dedicare un saluto e un ringraziamento particolare a nome mio, dei Consigli di Amministrazione e dei Collegi Sindacali ad Andrea Giotti, che dopo 28 anni lascia Eurofidi, Eurogroup e le altre società della rete, dirette in tutti questi lunghi anni sempre con grande professionalità e competenza.

Più volte abbiamo sottolineato che la *mission* dei Confidi è da sempre il sostegno alle imprese, in particolare le piccole e medie che di norma hanno una struttura finanziaria più fragile. Tale *mission* è stata ancora più rafforzata dalla situazione di crisi attraversata dal nostro Paese, ma nonostante tutti gli sforzi compiuti in questi anni le Pmi sono ancora in una situazione critica. E lo stesso sistema dei Confidi è in difficoltà: diminuisce il credito, diminuiscono i fatturati delle imprese e tutto ciò si ripercuote sui garanti che non solo vedono ridurre i propri ricavi ma hanno anche necessità di maggiori accantonamenti e devono prevedere regole più restrittive per la concessione delle garanzie.

In un momento così difficile, l'utilizzo dei fondi europei assume un ruolo fondamentale per le imprese. Sul fronte della consulenza, ogni sforzo è stato fatto perché questo avvenga. Come sistema Paese non possiamo permetterci di restituire fondi per mancato utilizzo. È quindi necessario seguire le imprese nel modificare le modalità di accesso al credito, nel capitalizzarsi per poter avere nuove risorse e assicurare la competitività.

I Confidi e le strutture di consulenza possono diventare un volano nell'utilizzo dei fondi, siano essi, come già detto fondi europei, bancari o del sistema camerale, creando nuove opportunità di sviluppo. Per conseguire questi importanti obiettivi anche le strutture di garanzia devono innovare, andando a toccare sia le linee prodotte sia le linee strategiche di approccio al mercato in un contesto che diventa sempre più complesso. Cito un solo esempio, il tema dei ritardi nei pagamenti che in Italia affligge la pianificazione finanziaria delle imprese: i Confidi possono e devono trovare strumenti utili per queste esigenze, d'intesa con il sistema bancario, con il Fondo Centrale di Garanzia e con tutti gli attori che lavorano per offrire supporto e consulenza alle Pmi. Il sistema imprenditoriale italiano è importante, i distretti industriali nonostante tutto "tengono" e il brand *Made in Italy* è sempre riconosciuto. Abbiamo quindi tutte le condizioni per uscire dalla crisi e il nostro compito è di creare innovazione, sostenere le imprese nell'internazionalizzazione e nella pianificazione strategica del loro business.

Serve per il presente, ma soprattutto per il futuro del nostro Paese.

A tutte le aziende socie e clienti e a tutti coloro con cui collaboriamo vanno i nostri più sinceri auguri per un sereno Santo Natale e per un nuovo anno ricco di soddisfazioni.

SOMMARIO



3 EDITORIALE
Il nostro compito:
essere un volano per lo sviluppo delle imprese



4 PRIMO PIANO
Che cosa si può imparare dalla Silicon Valley

7 ATTUALITÀ
I costi del malaffare sull'economia italiana

8 STRATEGIE
Expo 2015: com'è piccolo il mondo



10 SCENARI
Il capitale immateriale fa bilancio

13 OPPORTUNITÀ
Uno strumento per favorire il credito alle Pmi

14 LE NOSTRE IMPRESE
Un'emozione diventata business

16 La mossa vincente: investire nell'eccellenza

18 Un cammino fatto insieme

20 Quando passione e investimenti
danno origine a prodotti unici

21 Il design che supera la tradizione



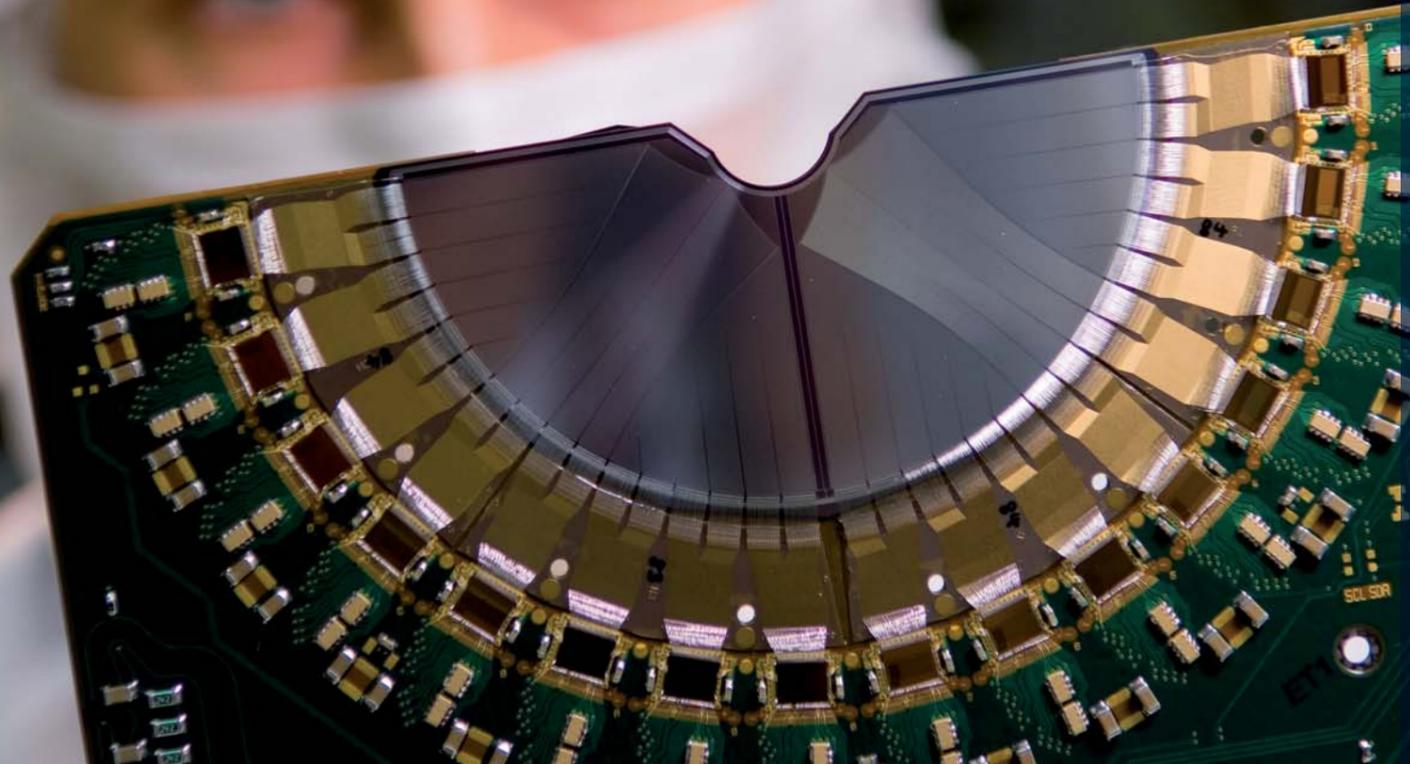
22 AZIENDA
Fatti dalle imprese. Per le imprese

23 FINANZA AGEVOLATA
In arrivo in Toscana i primi bandi Por 2014-2020

24 Tutte le novità dalle regioni

25 Iniziative delle Camere di Commercio

26 La nostra presenza in Italia



CHE COSA SI PUÒ IMPARARE DALLA SILICON VALLEY

È fondamentale trasformare l'Italia in un Paese avanzato, che investe molto in ricerca e capitale umano, capace di produrre beni e servizi innovativi. Sarà un percorso lungo e, per questo, occorre iniziare presto con le necessarie riforme

Enrico Moretti

University of California, Berkeley

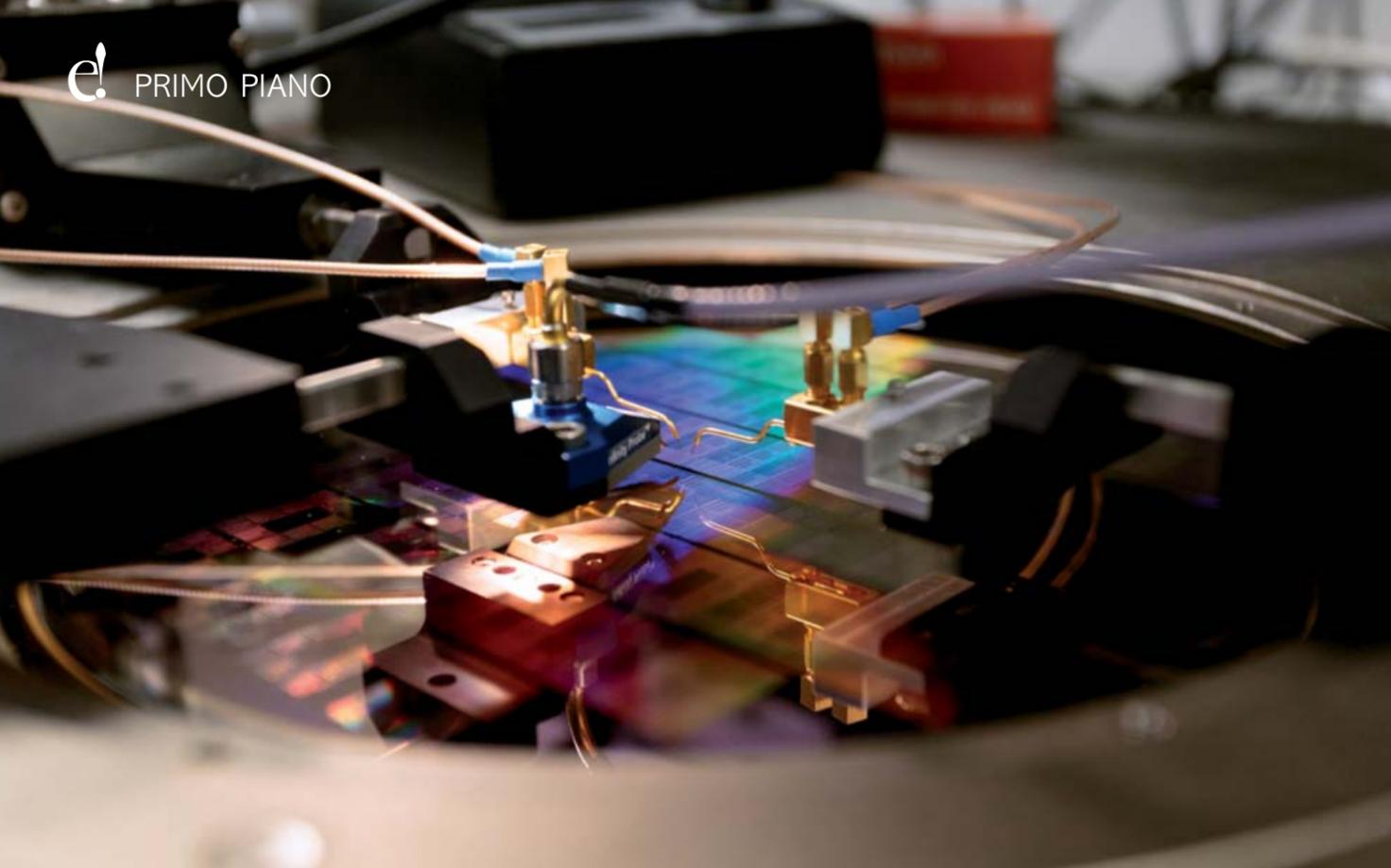
Si ringrazia il quotidiano *La Stampa*

Dopo gli anni dolorosi della recessione, l'economia americana è in forte ripresa. Oggi la disoccupazione è dimezzata rispetto al 2009. Anche se ci sono parti del mercato del lavoro dove la crescita occupazionale deve ancora ripartire, gli investimenti sono aumentati del 60%. Tra il marzo del 2009 e oggi, la Borsa è cresciuta del 150%, segno di un ottimismo diffuso, quasi euforico, sulle prospettive di medio periodo del Paese. Questa crescita ha avuto luogo in un periodo di austerità severa dei bilanci pubblici, nettamente più severa di quella dell'Italia (se si contano non solo il bilancio federale ma anche quelli dai vari Stati). Negli Stati Uniti, nei cinque anni tra il 2009 e il 2013, il numero di impiegati pubblici è stato ridotto di 700 mila unità, una cifra impensabile in Italia anche fatte le debite proporzioni. Il rapporto tra occupati nel settore pubblico e occupati nel settore privato è ai minimi degli ultimi quarant'anni. Questa austerità non è stata imposta da vincoli esterni come in Italia, ma da scelte politiche interne da parte del governo federale e soprattutto da parte dei governi statali. La composizione dei tagli adottati non è ideale e ulteriori riforme (in particolare quelle della sanità pubblica e delle pensioni) saranno necessarie nel lungo periodo, ma è chiaro che una riduzione dei bilanci pubblici era necessaria, dopo anni di deficit eccessivi causati dalla recessione. Gli stimoli fiscali, come quello adottato dall'amministrazione Obama nel 2009, possono servire nei momenti più neri di una recessione, ma devono essere misure transitorie e mai strutturali.

L'esperienza degli Stati Uniti degli ultimi cinque anni ci dice che la ripresa può avvenire anche se il settore pubblico non si espande. In un'economia sana, infatti, non deve essere la spesa pubblica a trascinare la crescita. Se la differenza non risiede nella spesa pubblica, che cosa spiega il fatto che l'economia americana è ripartita e quella italiana è ancora in recessione? Ci sono molte differenze tra le due economie e il ruolo dell'industria dell'innovazione è una delle principali di queste. Il dinamismo di regioni come San Francisco e Silicon Valley e più in generale dei grandi centri dell'innovazione in America, da Boston a Seattle, da Austin a Washington, è uno dei fattori chiave che spiega perché l'economia americana è ripartita a ritmi elevati e perché probabilmente continuerà a crescere a ritmi elevati nei prossimi anni. La differenza principale tra la Silicon Valley e l'Italia è la composizione industriale del settore dell'export. Il settore dei servizi, che dà lavoro a più di due terzi degli occupati, non è molto diverso in Italia e a Silicon Valley: comprende tutte le imprese che forniscono un servizio ai residenti di una città, dai commercianti ai ristoranti, dalle imprese di costruzioni agli avvocati, dagli insegnanti ai tassisti. In questo settore la produttività del lavoro è analoga: un negoziante, un cameriere, un architetto o un parrucchiere non sono molto più produttivi in California rispetto a Milano o a Napoli. Purtroppo però questo non aiuta l'Italia, perché per sua definizione questo

settore è locale e quindi non compete sui mercati internazionali. Nell'export le differenze sono invece notevoli. Anche se dà lavoro a meno di un terzo degli occupati, il settore è la chiave per capire la diversità di fondo tra l'economia italiana e quella di Silicon Valley. In California è contraddistinto da altissimi livelli di innovazione: qui le imprese investono molto in ricerca e sviluppo e di conseguenza producono beni e servizi unici, che nessun altro Paese al mondo sa fare. La globalizzazione favorisce le imprese di questo settore, perché i Paesi emergenti rappresentano non competizione, bensì mercati dove vendere prodotti. Quando Cina, Brasile o Polonia crescono, la domanda per i prodotti di Silicon Valley cresce e questo vuol dire più posti di lavoro e salari più alti. In Italia, all'opposto, l'export è dominato da settori tradizionali. Anche se ci sono eccezioni importanti, le imprese italiane investono molto meno in ricerca e sviluppo, non solo rispetto a quelle di Silicon Valley ma anche rispetto a quelle di quasi tutti gli altri Paesi europei, e di conseguenza producono beni e servizi meno unici e più «commodificati». La globalizzazione sfavorisce le parti tradizionali dell'industria italiana perché le mette in competizione diretta con i Paesi emergenti, che hanno costi del lavoro molto minori. Quando la Cina, il Brasile o la Polonia crescono, questo vuol dire qualche vendita in più, ma soprattutto più competizione per i settori tradizionali in Italia, dal tessile ai mobili, dalle scarpe agli occhiali.

La Silicon Valley è un'area industriale, che sorge nella parte meridionale della Baia di San Francisco in California, specializzata nella progettazione e nella produzione di microcircuiti (la cui tecnologia è basata sul silicio). Le imprese della zona impiegano altissima tecnologia resa possibile dal costante collegamento con centri di ricerca. Tra queste: Adobe Systems, Hewlett-Packard, Cisco Systems, Apple, Microsoft, Intel, Oracle, Xerox nonché motori di ricerca e network come Google, Yahoo!, Facebook, LinkedIn ed eBay



Un'ulteriore differenza tra Italia e Silicon Valley è rappresentata dal fatto che le imprese californiane sono piccole, ma poi crescono. Molte falliscono, ma una su cento esplose e diventa un gigante globale con decine di migliaia di impiegati. Le imprese italiane sono piccole e rimangono piccole. Questo dipende da profonde ragioni culturali ma anche dal fatto che la nostra legislazione del lavoro e l'alta pressione fiscale non incoraggiano la crescita. Le imprese piccole sono state la spina dorsale del boom economico italiano degli anni Cinquanta, Sessanta e Settanta, ma oggi non possono più essere il motore trainante. Le piccole dimensioni sono un freno particolarmente dannoso nei settori più avanzati. La ragione è molto semplice: la ricerca e lo sviluppo rappresentano un costo fisso e possono essere giustificati finanziariamente solo se questo viene spalmato su migliaia di unità di prodotto.

Un'ulteriore differenza con l'Italia è che le imprese di Silicon Valley investono molto in capitale umano, dalla formazione in impresa ai corsi di specializzazione esterni, dal 20% di tempo dedicato a sviluppare progetti personali a periodi sabbatici. Le imprese italiane vi investono invece pochissimo, in parte perché la struttura duale dei contratti di lavoro italiani dà pochi incentivi a farlo. Questo ha conseguenze sempre più nocive sulla produttività dei lavoratori italiani e sulla loro capacità di creare innovazione perché, come mai in passato, la creazione di valore economico dipende dal talento e dal capitale umano. Nel Novecento la competizione gravitava intorno all'accumulo di capitale fisico. Oggi si gioca invece intorno alla capacità di attrarre il migliore capitale umano. Il rendimento economico delle nuove idee non è mai stato tanto alto e il compenso ottenuto da chi le partorisce è lievitato anch'esso. La somma di tutti questi fattori spiega perché nel settore dell'export la produttività del lavoratore medio a Silicon Valley è più del doppio rispetto a un omologo lavoratore in Italia. Ciò ha conseguenze enormi: perché in Italia una minor domanda di lavoro nel settore dell'export comporta meno crescita occupazionale e salariale e anche meno crescita nel resto dell'economia, ossia in quei due terzi del mercato del lavoro che produce servizi locali. Perché ogni posto di lavoro nell'high tech genera molti posti aggiuntivi nei servizi. Come si riduce allora il divario tra Italia e Silicon Valley? È fondamentale trasformare

l'Italia da un Paese che investe poco in ricerca e sviluppo e capitale umano e produce beni e servizi tradizionali a uno avanzato che investe molto in ricerca e sviluppo e capitale umano e produce beni e servizi innovativi. Questo non vuol dire necessariamente copiare l'esperienza di Silicon Valley, incentrata su Internet, software, biotecnologie, robotica, nuovi materiali e tecnologie verdi. L'Italia deve innovare, ma non deve (né può) riprodurre pedissequamente il modello di altri. Ci sono molte parti dell'industria dell'innovazione che sono più consone alla storia e alle competenze oggi presenti in Italia. È sempre meglio partire dai propri punti di eccellenza e costruire sulla base dei propri vantaggi comparati. È ovvio che questo cambiamento non può avvenire ope legis. In un'economia di mercato, lo Stato non deve e soprattutto non può determinare direttamente la composizione industriale del Paese. Sono le imprese che devono decidere cosa produrre e dove investire. Ma il mercato risponde agli incentivi e soprattutto ai disincentivi creati dalla politica economica. Quello che può e deve fare lo Stato è ridurre i vincoli che impediscono al panorama industriale italiano di crescere e modernizzarsi. Non è che i lavoratori italiani siano meno produttivi di quelli di Silicon Valley perché si impegnano meno o sono meno creativi o meno intelligenti. Se si trasferiscono in California, infatti, vanno benissimo, in molti casi meglio dei lavoratori americani. Non c'è grande impresa a Silicon Valley in cui ingegneri o scienziati italiani non abbiano un ruolo importante. Non c'è centro di ricerca all'università di Berkeley o di Stanford in cui ricercatori italiani non eccellano.

È chiaro che senza un sistema fiscale meno punitivo per il capitale umano, senza regole del lavoro più moderne, senza un sistema giudiziario più veloce e una pubblica amministrazione meno medioevale è difficile cominciare ad attrarre investimenti esteri e stimolare investimenti interni nei settori avanzati. Sia chiaro però che ci vorranno anni, probabilmente decenni, perché la struttura industriale del Paese migliori significativamente. Su questo punto bisogna essere onesti: la struttura industriale di una nazione avanzata come l'Italia non cambia dall'oggi al domani. È come una grande nave avviata nella direzione sbagliata. Se si gira il timone, si raddrizza la rotta, ma ci vogliono decine di miglia per tornare nella direzione giusta. Questa considerazione non è una ragione per non fare le riforme. Al contrario, a me pare una ragione in più per farle subito.

I COSTI DEL MALAFFARE SULL'ECONOMIA ITALIANA

Criminalità, corruzione e evasione rendono impossibile la costituzione di un ambiente favorevole all'attività d'impresa e quindi all'occupazione. In assenza di fenomeni di questo tipo, sia gli investimenti in generale sia quelli diretti dall'estero sarebbero stati superiori del 15 per cento

■ Dario Pagano

Il crimine scoraggia gli investitori, soprattutto quelli esteri, e così se l'Italia fatica a crescere è anche a causa della diffusione dell'illegalità nelle istituzioni e nel tessuto civile e imprenditoriale del Paese. «La criminalità organizzata, la corruzione e l'evasione fiscale» producono «effetti deleteri» sull'economia, rendendo «impossibile la costituzione di un ambiente favorevole» alle imprese e riducendo «le possibilità di crescita» e l'attrattiva dell'Italia per i capitali esteri. Sono parole del governatore di Banca d'Italia, Ignazio Visco, pronunciate a Milano al convegno sul contrasto all'economia criminale organizzato dall'Istituto di via Nazionale e dalla Fondazione Cirijs. Pur nella difficoltà di quantificare il costo dei fenomeni illegali, che secondo alcune stime potrebbe superare il 10% del Pil, Visco ha elencato una serie di dati che fotografano la dimensione del problema. «La criminalità ha un effetto negativo sugli investimenti in generale e quelli diretti dall'estero in particolare – ha spiegato il governatore –. È stato stimato che, a parità di altre condizioni, se le istituzioni italiane fossero state qualitativamente simili a quelle dell'area dell'euro, tra il 2006 e il 2012 i flussi di investimento esteri in Italia sarebbero risultati superiori del 15 per cento – quasi 16 miliardi di euro – agli investimenti diretti effettivamente attratti nel periodo».

Pesanti le ricadute della criminalità organizzata in alcune regioni: in Puglia e Basilicata ha generato, nell'arco di un trentennio, una perdita di Pil di circa il 16 per cento. La maggiore densità criminale ha fatto salire il costo del credito per le imprese, specie per quelle di piccola dimensione, con tassi d'interesse di circa 30 punti base più elevati. Premi assicurativi più elevati vengono pagati in Campania – a Napoli si spende oltre il triplo della media europea – in Puglia e in Calabria. Anche il capitale umano ne risente: «La diffusione della criminalità organizzata tende infatti a ridurre i rendimenti relativi dell'istruzione» ha spiegato Visco. I costi – diretti e indiretti – della criminalità sono perciò molto elevati e richiedono risposte decise e un coinvolgimento di tutti. Visco ha invocato «un'amministrazione pubblica trasparente ed efficiente», aspetto che costituisce «un primo requisito indispensabile per combattere la corruzione e l'uso improprio delle risorse pubbliche» e ha chiesto «un'applicazione delle leggi adeguata e incisiva», anche in ambito civile, così da creare «un ambiente che valorizzi la legalità». Ha infine sottolineato l'urgenza di introdurre nell'ordinamento il reato di auto-riciclaggio: «Un'adeguata fattispecie penale consentirebbe di punire efficacemente gli autori dei reati di evasione fiscale, truffa e corruzione i cui comportamenti in vario modo ostacolano l'individuazione della provenienza delittuosa del denaro».



EXPO 2015: COM'È PICCOLO IL MONDO



Il cibo è il tema scelto per l'esposizione universale che vedrà Milano, dal 1° maggio al 31 ottobre 2015, al centro dell'attenzione internazionale. L'evento rappresenta una grande occasione di visibilità per tutta l'Italia e le opportunità di business per le Pmi possono essere molteplici

■ Daniela Binello

Il cibo è di tutti. Un pay-off certamente efficace per chiudere il messaggio dello spot che, con il volto e la voce dell'attore Antonio Albanese, dai primi di novembre sta facendo sapere agli italiani che cosa sia Expo 2015. Il cibo è infatti il tema centrale scelto per questa edizione dell'esposizione universale che impegnerà Milano e un po' tutti noi per almeno sei mesi, dal 1° maggio al 31 ottobre 2015.

Da un lato un bambino allattato dalla propria madre, dall'altro il profilo della Terra vista dallo spazio. Con queste due immagini Milano, e più precisamente tutta l'area espositiva di Rho, compiranno il miracolo di attrarre milioni di visitatori per mostrare a un così alto numero di persone di tutte le nazionalità un enorme insieme di storie di valori, sfide e opportunità legate al tema centrale ufficiale: "Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita".

Com'è facile intuire, intorno a questo tema si possono intercettare tutti i grandi confronti del secolo, dal dibattito sul diritto a una sana alimentazione a quello sulla sostenibilità, senza dimenticare però gli aspetti più gioiosi che il cibo può procurare, quando è di buona qualità e quando è cucinato e consumato insieme agli altri.

Ci sono stati scandali giudiziari e polemiche sull'Expo 2015, ma adesso mancano soltanto 125 giorni, calcolandoli da subito dopo Natale, e quindi non si può fare a meno di aspettarci tanto da questo evento che porterà il nostro Paese al centro dell'attenzione mondiale.

Nel bene o nel male? Come sempre, prima di tutto nel bene, nel più ampio senso positivo del termine. Ma anche nel male, perché alcuni nostri problemi strutturali, come sistema paese, restano ancora irrisolti, con l'innovazione tecnologica che è ancora poco moderna, con la disoccupazione che affligge tante famiglie, con la difficoltà di accedere al credito perfino per le Pmi più virtuose, e per i tanti altri aspetti che la crisi economica globale ha portato allo scoperto.

Expo 2015, però, è anche un grande evento *social* e di comunicazione, con il suo incalcolabile numero d'iniziativa di tutti i generi, dai tavoli tematici per le imprese alle mostre e agli spettacoli per l'intrattenimento. E, innanzitutto, è anche una grande opportunità per il settore del turismo, della cultura e dei viaggi nel nostro paese.

Il presidente cinese, Xi Jinping, che nel giugno del 2014 aveva fatto gli auguri agli azzurri in vista dei mondiali in Brasile, in quell'occasione aveva affermato che l'Italia è la sua meta turistica preferita. «Se dovessi scegliere un Paese da turista, sarebbe l'Italia» ha dichiarato Xi. Il presidente cinese aveva poi ricordato di avere anche visitato Roma, Firenze, Napoli, Pisa, Sorrento e la Sicilia. Indiscutibilmente l'Italia, come sappiamo, è nel cuore dei cinesi, che la amano con straordinaria passione tanto da volersi portare via, se solo potessero, tutto quanto di bello ancora ci è rimasto. Brand e marchi italiani, catene alberghiere di lusso. Tante realtà della nostra tradizione che parlano già cinese, arabo, russo. Ma il Paese di mezzo (la Cina), con oltre cinquanta milioni di euro, è anche uno dei maggiori investitori dell'Expo di Milano.

Tutto sommato, però, non è stato un investimento grandioso se lo mettiamo in relazione con il fatto che la Cina ha ottenuto un lotto enorme per primeggiare con i suoi tre padiglioni in una posizione unica, centrale, privilegiata. Ispirato alla coda di un drago, il più grande dei tre padiglioni cinesi sarà completamente ricoperto di squame. Lo ha progettato l'*archistar* Daniel Libeskind di New York, su incarico del colosso del settore immobiliare residenziale cinese Vanke. Il padiglione, di 18 metri d'altezza per mille metri quadrati di superficie, è già affacciato sull'asse del lotto centrale dell'area nord di Rho, chiamato Decumano o World Avenue. Le squame sono fatte di pannelli di paglia realizzati con scarti di grano e rivestiti di cermit (un materiale innovativo ecosostenibile). E per abbinare alla tradizione l'innovazione, le squame sono autopulenti. Attivati con la luce solare, i pannelli in cermit sono in grado di trasformare le polveri e le sostanze inquinanti che si depositeranno su di essi in semplice materiale organico che si scioglierà ed evaporerà con l'acqua. Le squame torneranno pulite, quindi, tutte le volte che poverà, proprio come succederebbe in natura se esistessero davvero i draghi.

All'interno del padiglione sembrerà di essere penetrati in una foresta virtuale dove 300 schermi interattivi, appesi a canne di bambù, proietteranno cortometraggi sugli stili di vita in Cina. La Cina offrirà anche spazi di convivialità ispirati alla Shitang (un concetto più esteso di mensa). Nel padiglione cinese, infatti, si potrà trovare cibo e cultura, ma anche relazioni sociali e, perché no, un po' di relax. Gli altri due padiglioni, quello ufficiale di Pechino e il China Corporate United Pavilion, ospiteranno invece una vetrina qualificata d'industrie private e compagnie cinesi.

Le opportunità di business che si potranno cogliere frequentando l'Expo 2015, dedicando a questa kermesse una grande disponibilità in agenda, possono essere molteplici sia per le Pmi che hanno già fissato uno spazio all'interno di Expo sia per quelle che semplicemente lo visiteranno. Una cosa è certa, il mondo ci sembrerà veramente molto piccolo, anche se per visitare tutti e 110 gli ettari dell'area espositiva sarà meglio calzare delle scarpe comode.

Chef stellati per Colorfood

Un amore veramente profondo per il cibo e per l'arte ha fatto esplodere il desiderio di metterli in connessione. Il progetto creativo di Colorfood, realizzato dal fotografo israeliano Dan Lev, sarà esposto a Expo 2015 con una mostra fotografica nel Padiglione di Israele. Colorfood riflette tutte le fasi di preparazione dei cibi in cucina: l'ispirazione, la creazione attraverso la miscela degli ingredienti, l'assaggio e la mise en place, dimostrando che gli chef sono innanzitutto artisti. Il colore, come fonte d'ispirazione, è un tramite di desideri ed emozioni ed è la chiave per capire il mondo fantasioso degli chef. In questo momento storico verso il cibo esiste certamente una grande attenzione. L'Italia ed Israele sono due Paesi dove la cultura del cibo domina la vita delle persone, rappresentando perciò molto bene la portata di questo valore sociale. Gli chef stellati che hanno partecipato agli shooting di Dan Lev per realizzare la mostra Colorfood sono italiani e israeliani. Grandissimi cuochi (e cuoche) con un gusto eccezionale per la creazione artistica. La mostra, che verrà inaugurata in prima mondiale a Expo 2015, è patrocinata dalle ambasciate dei reciproci paesi e da altri partner: www.colorfood.co.il



Dall'alto a sinistra in senso orario:
Davide Oldani, Guy Gamzo, Enrico Bartolini, Giancarlo Morelli

ALCUNI NUMERI DI EXPO 2015

- PERIODO**
1° maggio-31 ottobre 2015
- ORARIO**
dal lunedì alla domenica dalle 10:00 alle 23:00
- NAZIONI PARTECIPANTI**
finora 148
- ETTARI ESPOSITIVI FRA RHO E MILANO**
finora 110
- VISITATORI ATTESI**
circa 20 milioni
- VIALE PRINCIPALE**
il Decumano è lungo 1,5 km e largo 35 metri
- OPEN AIR THEATRE**
circa 10mila metri quadrati, capienza 9mila posti
- COSTO BIGLIETTI GIORNALIERI**
intorno a 30 euro, ma ci sono anche pacchetti famiglia, per scuole e gruppi (acquisto ticket anche online: prezzi scontati acquistando prima dell'apertura del 1° maggio 2015)
- SITO UFFICIALE**
www.expo2015.org

VISIONE

RIGORE

QUALITÀ

SERVIZIO

PROFESSIONISTA

CONTROLLO

RISULTATI

SERVIZIO

RELAZIONE

COMPETENZA

ESPERIENZA

DIRETTIVITÀ

RESPONSABILITÀ

MERITO

CONTATTO

FLESSIBILITÀ

TALENTO ADATTAMENTO

ORGANIZZAZIONE

IL CAPITALE IMMATERIALE FA BILANCIO

Know-how, relazioni sociali e istituzionali, abilità manageriali, fedeltà della clientela, esperienza, organizzazione, brand, reputazione e immagine sono asset intangibili di un'azienda. Spesso rappresentano il suo vero punto di forza, nonché il suo maggiore vantaggio competitivo

■ Daniela Binello



Vilma Iaria, presidente dell'Associazione dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili

L'Associazione dei Dottori Commercialisti e degli Esperti Contabili, Sindacato Nazionale Unitario – che chiameremo sinteticamente ADC – ha assunto questa denominazione in seguito all'entrata in vigore del D.Lgs 139/2005. Con questo decreto sono state fissate le nuove norme sull'ordinamento professionale dei dottori commercialisti e, come conseguenza della riforma universitaria, è anche stato abolito il titolo di "ragioniere collegiato". Ma l'attività del sindacato ADC ha radici profonde: nel 2009, celebrando gli ottant'anni dalla fondazione, è stata ricordata la prima assemblea nazionale e sindacale dei laureati in economia e commercio delle più prestigiose università del tempo. In esclusiva per *Eureka!*, in questa intervista la presidente Vilma Iaria introduce una prospettiva innovativa mirata a valorizzare ancora di più le Pmi.

Presidente Iaria, l'economista Baruch Lev ha sottolineato che le Pmi hanno un vantaggio rappresentato da "risorse intangibili". In che cosa consistono queste risorse?

«Ogni entità economica possiede al suo interno risorse tangibili e risorse intangibili, attraverso le quali è possibile produrre ricchezza. Mentre le prime sono facilmente individuabili e misurabili, le seconde, fatta eccezione per una piccola parte di esse, ossia le immobilizzazioni immateriali, sono ancora alla ricerca di definizioni, regole contabili e interventi normativi.

Gli asset intangibili, quindi, possono genericamente essere definiti come l'insieme di risorse aziendali, quali ad esempio conoscenze, processi, reputazione, innovazione in grado di generare valore. Per riprendere le parole di Baruch Lev si tratta di "a nonphysical claim to future benefits".

Perché diventa importante individuare le risorse intangibili?

«Negli ultimi anni, con la globalizzazione e la forte crisi economica è nata l'esigenza di identificare e misurare i beni intangibili delle imprese per finalità interne, ma anche con l'obiettivo di comunicare con gli stakeholder e rendere più solida l'azienda.

Procedere con questa identificazione permetterebbe alle aziende di reperire al proprio interno quelle risorse la cui valorizzazione, e la loro corretta allocazione nella usuale comunicazione economico-finanziaria, migliorerebbe il merito di credito e di conseguenza l'accesso ai finanziamenti. Know-how, relazioni sociali e istituzionali, abilità manageriali, fedeltà della clientela, esperienza, organizzazione, brand, immagine e tutte quelle altre risorse che non hanno materialità sono intangibili, ma spesso rappresentano il vero punto di forza di un'azienda, nonché il maggiore vantaggio competitivo. Se diventassero spendibili, permetterebbero di garantire il merito del credito anche nei momenti di congiuntura sfavorevole».

Le risorse intangibili possono concorrere alla formulazione del rating, ma se sono immateriali com'è possibile esprimerle in valori?

«Dai nostri studi sono emerse due ipotesi di modifica normativa per la realizzazione del progetto di valutazione delle risorse intangibili. La prima ipotesi è la cosiddetta "informazione integrativa". Non richiede modifiche sostanziali dei criteri valutativi e di rappresentazione previsti dal codice civile e mira a completare l'informazione di bilancio sul patrimonio intangibile utilizzando gli spazi della nota integrativa e quelli di comunicazione volontaria nella relazione sulla gestione. Si potrebbe così arricchire di significato un documento d'indubbia rilevanza. Al contempo, sarebbe possibile fare ricorso a dei report ad hoc redatti su base volontaria, denominati bilanci del capitale intellettuale. Questi report, rispetto ai documenti contabili, sono più flessibili e capaci di dare una migliore rappresentazione delle caratteristiche del capitale intellettuale grazie alla possibilità di combinare immagini, indici qualitativi, fisico-tecnici e valori monetari. Per dare coerenza e comparabilità all'informazione sul capitale intellettuale, e renderla utilizzabile a vantaggio dell'impresa, è però opportuno stabilire delle linee guida in cui siano definiti schemi e indicatori, sia qualitativi che quantitativi, a cui le aziende devono attenersi qualora intendessero comunicare i loro intangibili "nascosti".



Come sarà possibile?

«Inserendo all'art. 2428 del Codice Civile, per coloro che redigono la relazione sulla gestione, o all'art. 2427, per chi redige il bilancio in forma abbreviata, uno specifico punto che consenta di esporre le informazioni relative al capitale intellettuale secondo schemi e modalità predefinite. A tutela dei terzi, le informazioni dovranno essere oggetto di preventiva perizia giurata fornita da un dottore commercialista iscritto nella sezione A dell'Albo, nonché approvate dal collegio sindacale, quando presente».

Ci descriva anche la seconda ipotesi.

«A differenza della precedente, la seconda ipotesi mira a una variazione dei "confini" del bilancio, affinché sia possibile considerare come asset iscrivibili nell'attivo risorse intangibili di valore oggi assenti. Si fa riferimento alla possibilità d'inserire all'interno dell'attivo patrimoniale (lettera B, voce 7 dell'art 2424 c.c.) tutti gli altri asset intangibili il cui legame con la creazione di valore sia ragionevolmente attendibile e previsto dalla prudente tassonomia di cui all'IFRS3 (*Contract based, Customer-related, Marketing-related, Technology-based, Artistic related*). Allo scopo, nell'art. 2426 del Codice Civile, dovrebbe essere prevista la possibilità d'iscrivere i suddetti asset al valore stimato, anche in assenza dei relativi costi analiticamente sostenuti e contabilizzati, come invece richiesto oggi. Si pensi, per esempio, alla possibilità di capitalizzare il valore di un portafoglio clienti i cui investimenti di creazione e sviluppo vengono, di norma, spesati a conto economico».

Come verrebbe quantificato il valore?

«Attraverso un processo di misurazione scientificamente fondato e condiviso a livello internazionale ed empiricamente testato (come quello proposto da Live, Laboratorio Intangibles e Valore Economico, spin-off dell'università Politecnica delle Marche). Per l'iscrizione in bilancio, il valore dovrà risultare da perizia giurata di stima redatta da un dottore commercialista iscritto nella sezione A dell'Albo, ricevendo il consenso del collegio sindacale, quando presente. Premetto, però, che per addentrarci su questa materia sarebbe necessario approfondire i molti aspetti tecnici e normativi, per cui ora, ai fini di questa intervista, mi sono limitata soltanto ad accennarne in breve alcuni»

Esiste già in Italia una casistica o una sperimentazione?

«Sì. Esistono dei progetti pilota seguiti da Live. A titolo di esempio citerò un caso di valutazione rappresentato da un'azienda meccanica. La spinta a valutare gli intangibili è stata dettata dalla necessità di presentarsi a dei possibili partner per realizzare una joint-venture in Oriente. Si volevano evidenziare i differenziali di competenze, qualità e relazioni rispetto a concorrenti provenienti da paesi in via di sviluppo e cercare una loro espressione monetaria da opporre al conferimento finanziario richiesto all'altro operatore. Il modello che è stato applicato ha portato all'emersione di un valore del capitale intellettuale per 2 milioni di euro, a fronte di un patrimonio netto di 3,7 milioni. In altri termini, è stato fatto emergere un plusvalore pari a circa il 50 per cento del valore contabile aziendale».

Il rating di questa azienda è migliorato?

«Gli intangibles valutati sono stati il know-how tecnico produttivo, le relazioni con i clienti e i subfornitori. Il valore del capitale intellettuale è stato comunicato nell'ambito di un report strutturato consegnato ai potenziali partner e finanziatori. A livello manageriale, il progetto ha permesso di beneficiare della comprensione degli asset strategici di capitale intellettuale, come il capitale umano, il sistema informativo e le relazioni con alcuni stakeholder. I benefici esterni si sono notati soprattutto in termini di capacità negoziale con i partner esteri, in quanto l'azienda ha potuto evidenziare in modo razionale e attendibile i suoi plus rispetto ai competitor. L'azienda ha inoltre notato un miglioramento della propria posizione nei confronti degli istituti bancari».

I commercialisti possono aiutare le piccole imprese in questa congiuntura?

«Tutti i commercialisti sono a fianco dell'imprenditore accompagnandolo, se lo consente, nell'iter gestionale. Questa funzione, soprattutto in un periodo di crisi, può permettere di non fare passi falsi e cercare di sopravvivere per il tramite di un attento uso delle risorse. Certamente, però, non è sufficiente solo l'assistenza di un tecnico. Oggi le Pmi hanno bisogno dello stato, il quale deve provvedere a introdurre meccanismi premianti che sicuramente ripagheranno chi vuole aiutare il paese. Occorrono soprattutto certezze, sia per la fiscalità sia per i tempi della giustizia».

UNO STRUMENTO PER FAVORIRE IL CREDITO ALLE PMI

Dalla collaborazione tra Eurocons e Credit Data Research è nato un innovativo prodotto di consulenza, il Dossier Banca Integrato, che permette alle piccole e medie imprese di migliorare il dialogo con le banche

Favorire la tutela e la garanzia del credito alle piccole e medie imprese. È questo l'obiettivo dell'intesa siglata tra Credit Data Research, partner di Moody's Analytics, ed Eurocons. Dalla collaborazione tra le due società è nato il Dossier Banca Integrato, un servizio di consulenza che permette alle imprese di accedere più facilmente ai finanziamenti, di ottenere migliori condizioni commerciali e di favorire il loro ingresso sui mercati internazionali. «Si tratta di un innovativo servizio di diagnostica finanziaria che, analizzando gli elementi che determinano il merito creditizio, permette alle piccole e medie imprese di capire i criteri in base ai quali sono valutate dalle banche – spiega Massimo Nobili, presidente Eurocons –. Una valutazione di un terzo soggetto accreditato che ragiona come una banca permette alle Pmi di migliorare i propri indicatori e, di conseguenza, anche di indirizzare in modo corretto il supporto informativo al sistema bancario». Il Dossier Banca Integrato, nato dall'esperienza dei professionisti di Credit Data Research provenienti dal settore bancario, dalla partnership con le tecnologie avanzate messe a disposizione da Moody's, e dalla conoscenza ventennale di Eurocons del mondo delle piccole imprese, consente di monitorare lo "stato di salute" di un'azienda. Oltre all'analisi dei dati quantitativi e andamentali estratti da bilanci aziendali e dalla Centrale dei Rischi di Banca d'Italia, il Dossier Banca Integrato fornisce alle piccole e medie imprese il Credit Passport, sistema di valutazione del grado di rischio delle aziende stesse. I vantaggi per le aziende che utilizzano il Dossier Banca Integrato con il sistema di Credit Passport consistono nel migliorare il dialogo con gli istituti di credito, nel disporre di un profilo creditizio chiaro e trasparente verso i clienti, i fornitori e i partner commerciali, nell'ottimizzare il planning strategico e finanziario e nell'avere più facile accesso ai mercati esteri. Attraverso il Dossier Banca Integrato e il Credit Passport le imprese possono inoltre focalizzare l'attenzione sugli aspetti specifici del proprio bilancio o delle esposizioni verso il sistema finanziario pianificando un percorso virtuoso che riporti l'azienda, se necessario, sui livelli di rischio di credito accettabili e virtuosi anche sul medio lungo termine. «Le Pmi Italiane sono un punto di eccellenza globale – afferma Alessio Balduini, CEO di Credit Data Research –. Internazionalizzare l'impresa e migliorare il dialogo con le banche sono due aspetti imprescindibili per la loro crescita e Credit Passport fornisce una risposta innovativa per raggiungere questi obiettivi».



UN'EMOZIONE DIVENTATA BUSINESS

Svinando
BERE BENE CONVIENE.

Svinando è il primo club rivolto alla vendita online di produzioni vinicole artigianali d'eccellenza. Permette di acquistare un vino, sentendosi raccontare la sua storia e le sue particolarità, direttamente da casa.

Oggi conta circa cinquantamila utenti in tutta Italia

■ **Alessandra Romano**



Riccardo Triolo, amministratore delegato e fondatore di www.svinando.com

Un esclusivo *wine club* on line dedicato agli appassionati di vino. È la scommessa di Svinando, sito Internet specializzato nell'offerta di vini di pregio e di piccole produzioni d'eccellenza a un prezzo più contenuto rispetto a quello praticato al dettaglio. «L'idea risale all'estate del 2012, ma è stata realizzata nell'ottobre successivo grazie al sostegno dell'incubatore d'impresе dell'università di Torino – spiega Riccardo Triolo classe 1983, *the Godfather*, come si definisce ironicamente lui stesso, nel sito –. Siamo on line da dicembre di quell'anno e la prima vendita, esaurita nel giro di ventiquattro ore, è stata il 18 febbraio del 2013». Da allora il sito è cresciuto molto e oggi conta circa cinquantamila utenti in tutta Italia e da poche settimane è stata anche lanciata una versione per il mercato tedesco.

Dottor Triolo, vogliamo aprire con una breve sintesi della sua storia?

«Dopo la laurea in Economia e Commercio ho intrapreso presso uno studio di commercialisti la classica attività di chi esce da questa facoltà. In seguito ho conseguito il titolo di dottore commercialista, ma non ero del tutto interessato a svolgere quel tipo di lavoro. Era tuttavia un'occasione per capire il mondo delle imprese, soprattutto perché lo studio professionale presso cui lavoravo svolgeva anche importanti operazioni di consulenza. Ho quindi lavorato presso un fondo di venture capital, ritenendo che fosse un buon compromesso tra fare impresa e fare consulenza. Ho infine lavorato come controller presso un'azienda in cui avevamo investito, fino a diventarne direttore finanziario. Terminato il percorso di crescita in azienda ho deciso definitivamente di mettermi in gioco: volevo una impresa mia».



Per i giovani l'agriturismo è meglio della banca?

Un recente sondaggio Coldiretti Ixè segnala che il 54% dei giovani italiani preferirebbe gestire un agriturismo piuttosto che lavorare in una multinazionale (21%) o fare l'impiegato in banca (13%); il 5% degli italiani ritiene che cuoco e agricoltore siano oggi tra le professioni con la maggiore possibilità di lavoro; per gli italiani turismo (73%) e agricoltura (68%) sono i settori più importanti dell'economia italiana, davanti ad artigiano (60%), industria (53%), servizi (49%), commercio (47%), finanza (24%); per il 42% degli italiani l'importanza dell'agricoltura è destinata a crescere nei prossimi anni (per il 38% resterà uguale, per il 16% diminuirà).

Il numero di lavoratori dipendenti in agricoltura ha fatto registrare un incremento del 5,6% nel secondo trimestre del 2014 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente ed è in aumento il numero di imprese agricole condotte da giovani under 35 che nel secondo trimestre sono salite a 48.620 unità con un aumento del 2,6% rispetto al trimestre precedente che vanno dall'agriturismo alle fattorie didattiche, dalla vendita diretta dei prodotti tipici e del vino alla trasformazione del latte in formaggio, dell'uva in vino, delle olive in olio, ma anche pane, birra, salumi, gelati e addirittura cosmetici.

Com'è nata l'idea di "Svinando"?

«All'inizio ho sfruttato l'esperienza acquisita durante il mio percorso formativo. Ho infatti pensato di applicare a un settore classico, quello del vino, i modelli di business innovativi che avevo studiato. Pur essendo parte integrante della tradizione italiana, il vino è un prodotto complesso, con tanti parametri da valutare che non sempre sono facili da spiegare ai clienti. Le caratteristiche distintive del mercato del vino possono rappresentarne al tempo stesso un vincolo e un problema. Tre, a mio giudizio, sono i principi chiave: la selezione, il prezzo, le informazioni. Su questi tre elementi si basa il nostro business, che rende l'acquisto on line un equivalente virtuale dell'acquisto in cantina. Invece di andare direttamente dal produttore si può scegliere da casa il vino sentendosi raccontare la sua storia e le sue particolarità. Diamo un approccio emozionale alla vendita on line».

Qual è quindi il vostro approccio commerciale?

«Noi siamo un Club, quindi vendiamo solo ai suoi membri e per aderire è necessaria solo una registrazione on line. Abbiamo una newsletter che viene inviata ai clienti prima della messa in vendita delle bottiglie dove il prodotto è raccontato, corredato da foto, scheda informativa e descrizione delle caratteristiche. Intendiamo differenziarci profondamente dalla concorrenza per selezione e garanzia di qualità dei nostri enologi, proponiamo un solo prodotto per volta che rimane in vendita per tre giorni. La vendita è diretta dal produttore al consumatore finale».

Perché un tempo di vendita così limitato per singola etichetta?

«La scelta di concentrare la vendita in soli tre giorni è dovuta al fatto che crediamo profondamente in ogni prodotto proposto. Puntiamo su qualità ed eccellenza dei prodotti e su una forte cura del cliente che viene seguito ben oltre l'acquisto. Insomma, abbiamo creato per gli altri quello che avremmo voluto per noi. I tre giorni a disposizione significano "ora o mai più", perché il prezzo che pratichiamo è un'occasione irripetibile in quanto davvero molto vantaggiosa. Per ogni transazione, inoltre, si possono acquistare al massimo 18 bottiglie, limite che abbiamo imposto in modo da evitare che tutto il quantitativo disponibile venga assorbito da pochi clienti. Il nostro obiettivo è fare grandi volumi, realizzando piuttosto un margine più basso ma moltiplicato tante volte».

Che cosa accade se un cliente decide di andare a trovare direttamente il produttore?

«Per noi significa che abbiamo colto nel segno. Non temiamo la disintermediazione da parte dei nostri clienti: il passaggio diretto del cliente alla cantina del produttore che ha acquistato tramite noi non

può che farci piacere. Da un lato significa che siamo riusciti ad incantare il cliente e dall'altro a dare visibilità al produttore».

Come vengono selezionati i produttori?

«All'inizio la ricerca dei produttori avveniva con una sorta di "porta a porta", perché andavamo direttamente presso le cantine. In questo percorso abbiamo dovuto superare molte diffidenze. Oggi la modalità di ricerca avviene durante le fiere di settore, seguita poi da una visita presso le cantine e dall'incontro con il produttore. Conosciamo personalmente tutti i produttori che trattiamo, perché solo dalla conoscenza è possibile creare il percorso di comunicazione che abbiniamo ad ogni prodotto che vendiamo. Si è inoltre innescato un buon meccanismo di passaparola tra i produttori stessi che oggi ci chiedono sempre più spesso di essere inseriti tra quelli che trattiamo. La nostra selezione dei vini avviene anche nell'ambito di ogni produttore, perché per ciascuno facciamo una valutazione dei vini migliori e proponiamo in vendita solo quelli».

Qual è il vostro mercato?

«Abbiamo produttori di tutte le regioni e vendiamo in tutta Italia. Per quanto riguarda l'estero l'unica eccezione, come prodotto, è lo champagne, l'eccellenza enologica per definizione. Ad oggi l'attività sta andando molto bene da due punti di vista: abbiamo un buon tasso di crescita di nuovi clienti e abbiamo anche un'alta percentuale di ripetizione degli acquisti da parte dei già clienti. Vendiamo solo a privati perché non vogliamo entrare in conflitto con i canali di distribuzione per il business, ma vogliamo valorizzare il più possibile i produttori. Guardando i dati, in questi anni la crescita degli acquisti on line è stata notevole e questo ci indica che abbiamo ancora molta strada da fare e un mercato potenziale molto ampio».

Quali sono, quindi, le strategie future?

«Abbiamo chiuso il primo bilancio in pareggio e abbiamo recentemente effettuato un'operazione di aumento di capitale che ci ha permesso di essere finanziariamente più strutturati. In un anno siamo passati da circa 22 mila membri del Club a circa 50 mila, aumentando sia gli utenti sia i volumi di vendita. È recentissimo anche il lancio del sito dedicato al mercato tedesco, per il quale riteniamo che l'appeal del nostro servizio sia maggiore. In Germania si apprezza il vino di qualità, ma non ci sono molti produttori. L'opposto di quanto accade in Italia, dove abbiamo una vasta scelta sia di vini sia di produttori. Possiamo dire che nel nostro Paese riusciamo ad avere un'interpretazione dei territori tramite la produzione dei vini e noi vogliamo portare all'estero questa storia».



LA MOSSA VINCENTE: INVESTIRE NELL'ECCELLENZA

Abbandonata la politica commerciale incentrata su un unico articolo da offrire alla clientela, ritenuta rischiosa, la Pavesmac di Peveragno (Cuneo) ha puntato tutto sia sullo sviluppo di nuovi prodotti sia sul raggiungimento dei più alti standard qualitativi per ciò che produce

■ **Alessandra Romano**



Massimo Baudo è il titolare della Pavesmac, società specializzata nella realizzazione di pavimentazioni esterne e murature

«Ho rilevato la Pavesmac nel 2007, un'azienda che esisteva dagli anni Ottanta. Era una realtà tradizionale e con unico prodotto: si occupava infatti della fabbricazione e della posa in opera del *Porfidbloc*, un cubetto di pietra ricostruita che ricorda i tradizionali cubetti di porfido. Apparentemente è come il porfido tradizionale, ma ne migliora sia l'estetica sia le prestazioni. Negli anni l'azienda è cresciuta grazie a questo prodotto che ancora oggi è il nostro cavallo di battaglia. Il *Porfidbloc* ha tuttavia risentito fortemente della crisi, con una riduzione di quasi il 70% del mercato, dovuta al forte calo dei lavori pubblici e alla concorrenza della pietra, aspetti che hanno fatto scendere molto i prezzi e di conseguenza ridotto i margini». Chi racconta questa "storia d'impresa" è Massimo Baudo, 42 anni, titolare della Pavesmac di Peveragno (Cuneo), società specializzata nella realizzazione di pavimentazioni esterne e murature. Si tratta di un settore in cui innovare non è mai stato semplice, ma nel caso della Pavesmac rinnovamento dei prodotti e piano di investimenti sono stati fondamentali per garantire un futuro alla società.

La crisi e il mercato hanno quindi reso necessaria una svolta nella vita dell'impresa.

«È stato necessario un forte programma di investimenti, alcuni milioni di euro, per diversificare e ottimizzare la produzione. Fino a qualche anno fa, per esempio, la linea prodotto degli autobloccanti era del tutto marginale nel nostro fatturato, anche perché la nostra stessa capacità produttiva era limitata e non potevamo produrre molto altro. Non volevo assolutamente un'azienda mono prodotto, ritenendola destinata a morire. Oggi il *Porfidbloc* rappresenta il 25% circa del fatturato e se non fosse stato fatto questo percorso di diversificazione l'azienda sarebbe stata costretta a un ridimensionamento o addirittura sarebbe ormai chiusa. È difficile risalire la china quando il fatturato scende in modo così deciso».

La politica di investimenti si è rivelata vincente?

«Da ormai alcuni anni sostengo che investire controcorrente è sicuramente vincente. Ovviamente entro i limiti della possibilità che ha un'azienda di sostenere l'investimento. Questa crisi è drastica, selettiva e purtroppo sempre più pesante. Mette a dura prova anche gli imprenditori migliori. Nella nostra azienda gli investimenti hanno colmato il gap di mercato che la crisi ha creato con il prodotto tradizionale. Con il tempo, molto tempo, tante energie spese e con una puntigliosa e continua attività di ricerca e sviluppo abbiamo ottenuto oggi uno standard qualitativo molto elevato per tutta la gamma dei nostri prodotti. Ci abbiamo creduto, investito molto e puntato molto. Tutte le volte che era possibile, gli investimenti in macchinari sono stati agevolati. Sono tutti macchinari ad alta tecnologia, molto avanzati, che abbiamo comunque acquistato anche quando non era possibile ottenere agevolazioni. Negli ultimi anni abbiamo più che raddoppiato il capannone e quasi triplicato l'area produttiva totale. Il tetto dello stabilimento è coperto da un impianto fotovoltaico da 600 kw che soddisfa la metà del fabbisogno energetico aziendale».

Come avviene il processo di ricerca e sviluppo in azienda?

«Di norma quando mi viene un'idea, la studio con il personale dedicato e, in caso di necessità di ulteriori professionalità, ci avvaliamo anche di consulenti esterni. Con tanto tempo e ripetute prove sui materiali si arriva alla definizione della composizione giusta per il prodotto che intendiamo creare. Tutto ciò avviene con la massima attenzione alla salute dei dipendenti, anche grazie al fatto che tutti i macchinari sono nuovi e dotati di dispositivi di sicurezza. Abbiamo investito anche nel 2014, nonostante il periodo difficile, per arrivare sempre più a livelli di eccellenza. L'azienda è sana, ha prodotti di eccellenza, una gamma ampia e alte prestazioni dei prodotti stessi».

Qual è oggi la situazione?

«Abbiamo prodotti molto belli, ma affrontiamo grandi difficoltà di mercato. Abbiamo avuto il coraggio di puntare su articoli importanti e solo l'investimento continuo ci ha consentito di rimanere oggi quelli che siamo, senza nessun licenziamento e quindi senza nessun aggravio sociale. Purtroppo il sistema italiano scoraggia le iniziative imprenditoriali e rileviamo anche una difficoltà sempre crescente nel

partecipare alle gare d'appalto. Per noi, inoltre, è molto difficile guardare all'estero. Siamo un'azienda che per tipologia produttiva e per l'alta incidenza dei costi di trasporto può fornire il proprio prodotto solo in un raggio di azione geograficamente limitato. Ecco perché lavoriamo nella nostra zona e un po' nelle regioni limitrofe, compresa la Francia, in particolare la Costa Azzurra, e la Svizzera».

Voi avete produzioni di eccellenza. Ci racconta un caso particolare?

«Abbiamo realizzato la pavimentazione di fronte al castello di Racconigi (Cuneo). Le principali caratteristiche tecniche vincenti del nostro prodotto sono state la totale mancanza di manutenzione, l'altissima carrabilità, e il fatto che consente di abbattere i costi di manutenzione. In particolare, il colore ocra e grigio chiaro del cubetto di *Porfidbloc* utilizzato è stato studiato appositamente da Pavesmac per riprendere il colore della ghiaia del castello, in modo da creare un abbinamento cromatico perfetto. Talmente perfetto che non solo è stato approvato dalla Soprintendenza per i Beni architettonici e paesaggistici, ma ha dato il nome all'articolo, che è stato successivamente messo in produzione anche per altre installazioni».

Oggi molti imprenditori si chiedono quali prospettive ha il nostro Paese. Lei che cosa ne pensa?

«Molto spesso mi chiedo "cosa ci sto a fare qui?". Oggi a mio giudizio l'Italia soffre di molti problemi: non c'è certezza del diritto, non c'è sicurezza dei crediti, è necessaria una profonda riforma della giustizia, è necessaria una pubblica amministrazione più efficiente, le imprese pagano troppe tasse e anche gli imprenditori più volenterosi si trovano di fronte a una giungla di disposizioni per cui non si sa come comportarsi. Il sistema, inoltre, non premia gli imprenditori virtuosi. La crisi nel nostro settore non ha fatto una selezione qualitativa. La partecipazione alle gare di appalto è rimasta complessa. Con buona volontà, io continuo ad andare avanti nonostante la crisi e le difficoltà. Punto molto sulla ricerca e sviluppo per aumentare il valore aggiunto dei prodotti: più i nostri prodotti sono eccellenti più ci possiamo permettere il costo di trasporto per andare all'estero. Ribadisco ancora una volta l'importanza dell'eccellenza. Solo così possiamo ancora credere nel nostro Paese e nel sistema delle nostre imprese, affrontando con maggior tranquillità la concorrenza».



UN CAMMINO FATTO INSIEME

Che cosa sarebbe successo in questi anni senza l'apporto di Eurofidi, Eurocons, Euroenergy, e più recentemente Euroventures, al sistema imprenditoriale? Quanti posti di lavoro si sarebbero persi? Quante le aziende che avrebbero chiuso per impossibilità di accesso al credito?

■ Alessandra Romano

Proseguiamo l'analisi iniziata nel numero scorso di *Eureka!* ripartendo dai pochi, ma significativi numeri che avevamo pubblicato: al 31 dicembre del 2013 le imprese registrate in Italia erano 5.281.934. Quelle complessivamente seguite da Eurogroup e da Eurofidi, sempre alla fine dello scorso anno, erano circa 59 mila, ossia l'1,12% del totale, una piccola percentuale, ma molto rappresentativa: sono infatti molte poche le realtà di garanzia e di consulenza che possono vantare un numero di associati così trasversale per i settori merceologici rappresentati, così diffuso in tutte le regioni e così differenziato nelle dimensioni, dal piccolo esercizio commerciale fino alla media impresa produttiva. Che cosa sarebbe successo in questi anni a queste imprese se fosse venuto a mancare l'apporto di Eurofidi, Eurocons, Euroenergy e più recentemente, per le start up, di Euroventures? Potremmo chiederlo a ogni singola azienda associata e avremmo 59 mila risposte diverse, perché per ciascuna si è cercato di offrire gli stessi servizi ma in modo diversificato, ritagliato sulle esigenze di *quella* specifica realtà. In queste pagine raccontiamo allora alcuni casi che testimoniano concretamente come è stato possibile supportare le aziende nelle loro scelte imprenditoriali, nelle decisioni di investimento, nelle svolte che hanno voluto dare alle loro attività.

La **Alusteel Coating** è un'importante azienda di produzione di laminati in acciaio e alluminio verniciato per rivestimenti architettonici e facciate, coperture industriali, componentistica per elettrodomestici e automobili. È seguita dai nostri professionisti con una consulenza trasversale, direzionale, servizio di advisor per l'emissione di minibond, per l'energia, audit energetico, per la certificazione Iso 18001 e per la presentazione delle domande di contributo per il bando Inail per la sicurezza sul posto di lavoro.

L'intensa attività di supporto svolta a favore delle imprese socie vale anche per il **Gruppo Ecoprogram**, seguito con operazioni di consulenza direzionale, qualità ed energia. Il Gruppo Ecoprogram, leader da oltre venti anni nel settore impiantistico pubblico e privato con competenze in diversi ambiti (edilizia, impianti, climatizzazione, impianti idrico sanitari, antincendio, impianti elettrici, impianti elettrici speciali, logistica, etc), si presenta come unico interlocutore per soluzioni complete, garantisce un continuo aggiornamento della

qualità dei servizi offerti e soddisfa le più complesse esigenze. Per esempio, l'ultimo brevetto di Ecoprogram è Albatro, un sistema per il mantenimento del manto erboso effettuato con l'impiego di sorgenti luminose speciali per la stimolazione del processo di fotosintesi che accelerano il processo di crescita dell'erba naturale.

La **Co.Mi** è un'azienda fidelizzata e seguita da tempo con operazioni di consulenza gestionale, pratiche di accesso alle agevolazioni, e un importante progetto per un sistema di certificazioni attualmente in corso. L'azienda ha origine a Milano alla fine degli anni Quaranta a partire da un piccolo laboratorio artigianale a conduzione familiare, specializzato nella produzione di berretti maschili e noto con il nome di Melampo. Poco alla volta si afferma nel settore dell'abbigliamento professionale puntando su produzioni di alta qualità e sulla massima attenzione ai dettagli realizzativi dei capi di abbigliamento prodotti. Oggi, accanto alle più tradizionali produzioni di berretti e di accessori per divisa, vanta anche importanti collaborazioni con note aziende di moda e di sportswear.

Operativa nel settore della produzione di articoli di abbigliamento specializzato, in particolare si tratta di calzature antinfortunistiche per il lavoro, è la **Safe Way**, azienda marchigiana seguita da oltre dieci anni dai nostri consulenti della zona. Recentemente ha realizzato un processo di razionalizzazione dei costi di trasporto risparmiando cospicui importi e a breve utilizzerà anche un servizio di consulenza finanziaria innovativo.

Sempre nelle Marche opera la **Recaplast**, una realtà industriale nata nel 1986 e specializzata nella trasformazione delle materie plastiche e nell'esecuzione degli stampi per la realizzazione di componenti tecnici e casalinghi, che coniugano design e funzionalità. È cliente dal 2008 ed è stata seguita nel processo di crescita che ha intrapreso in questi anni.

Spostandoci in un altro territorio in cui Eurofidi ed Eurocons lavorano da più di dieci anni, la Toscana, dove hanno una quota di mercato del 6% circa e una notevole diversificazione settoriale nel portafoglio clienti delle aziende seguite e partendo dal settore più tradizionale, il tessile del distretto di Prato, troviamo la **Fidertessile**. L'azienda, nata nel 1960 e ora gestita dalla figlia del fondatore, in trentadue anni di attività ha ampliato la gamma della propria produzione passando da esclusivi produttori di velluti a diverse tipologie di tessuto, fino ad arrivare a tessuti particolarmente innovativi e a trattamenti avanzati (la formula *Natur Sphere*). Abbiamo seguito l'azienda dal punto di vista consulenziale sia nel processo di innovazione della produzione sia nella ricerca e sviluppo di nuovi tessuti, con l'accesso alle migliori e più adeguate tipologie di agevolazione.

Nei prossimi numeri di Eureka! parleremo ancora delle nostre aziende e daremo voce e volto agli imprenditori in Eureka!Storie.



QUANDO PASSIONE E INVESTIMENTI DANNO ORIGINE A PRODOTTI UNICI

La Cedal Equipment di Castronno (Varese) produce macchine per l'industria dei circuiti stampati che esporta soprattutto nei Paesi asiatici. La guida Bruno Ceraso, per il quale l'innovazione è sempre stata un'arma decisiva

■ Dario Pagano

«Sono arrivato a Milano dalla provincia di Salerno nel 1958. I primi anni al Nord non sono stati facili, ma le difficoltà incontrate hanno rappresentato lo stimolo per andare avanti. E hanno aiutato a plasmare il carattere». Ripensando alla sua storia personale Bruno Ceraso (nella foto in alto, a destra, con Nicola Nicoletti, consulente di Eurocons) 79 anni, presidente della Cedal Equipment di Castronno (Varese), non ha dubbi: «Rifarei esattamente le stesse cose». E di "cose", nei 56 anni di attività professionale, Ceraso ne ha fatte davvero molte. Ha lavorato a lungo all'estero e oggi guida un'azienda produttrice di macchine per l'industria dei circuiti stampati che ha 15 dipendenti e un fatturato di circa 8-10 milioni di euro all'anno. «Lavorando quasi completamente per l'estero abbiamo percepito la crisi forse meno rispetto ad altre imprese – spiega Ceraso –. Solo nel 2009 abbiamo registrato una flessione notevole del lavoro. In quell'anno un po' di ossigeno è venuto dalla sospensione delle rate dei mutui e dalla garanzia di Eurofidi. Anzi, posso dire che se non ci fosse stata la garanzia avremmo chiuso. Nel nostro Paese, l'accesso al credito è un vero disastro e anche per questo vedo tante aziende scappare dall'Italia. Che cosa mi trattiene? La vecchiaia, senza dubbio».

La Cedal costruisce ogni anno circa 30-40 macchine, destinate soprattutto al mercato asiatico (Cina, Taiwan e Corea). I circuiti stampati che realizzano, utilizzati per collegare tra loro i diversi componenti elettronici, sono presenti in pressoché qualsiasi prodotto elettronico, di uso industriale o di largo consumo, dai pc agli smart phone. Sono in un certo senso la "colonna vertebrale" della nostra civiltà digitale. «Mi occupo di circuiti stampati dagli inizi degli anni Settanta, da quanto cioè c'è stato il boom di questo settore – specifica Ceraso –. Ormai in Europa non sono rimaste molte produzioni di questo tipo».

Le macchine targate Cedal sono quindi molto sofisticate, interamente progettate all'interno e realizzate con il contributo di fornitori esterni. Il controllo della qualità è capillare tanto che le stesse materie prime usate dai fornitori (rame e alluminio) sono acquistate dalla Cedal stessa, che si occupa poi del collaudo finale e del trasporto. Aspetto quest'ultimo non di poco conto perché gli acquirenti prevedono sempre più spesso forti penali nel caso di ritardi nelle consegne. «Sono prodotti unici» commenta con orgoglio il presidente della Cedal. Prodotti per la cui realizzazione sono stati necessari cospicui investimenti in ricerca e sviluppo: «In questi anni ho depositato 70 brevetti industriali – conclude Ceraso –. Ho sempre pensato che tutto quello che si guadagna è da impiegare per fare cose nuove. E ancora adesso è così».



IL DESIGN CHE SUPERA LA TRADIZIONE

La 4box di Milano ha trasformato la presa elettrica in un oggetto particolare e non banale, più versatile e più funzionale. Da oltre un secolo a questa parte, nessuno ci era ancora riuscito

■ Dario Pagano

L'impresa è quasi da record: modificare un prodotto che è rimasto esteticamente pressoché inalterato per oltre un secolo. Ci ha provato 4box, l'azienda milanese che ha cercato di rivoluzionare il settore delle prese elettriche, rivedendole e ridisegnandole nella forma e nella funzionalità. È nato così Hide, il primo sistema di prese elettriche a scomparsa, ossia che si infilano nell'apposito vano del muro e sono dotate di un piccolo coperchio scorrevole e personalizzabile. «Abbiamo rimesso in discussione il modo di lavorare con le prese elettriche» afferma Arturo Jossa Fasano, amministratore delegato della 4box e di Think Simple, società che distribuisce prodotti di "domotica semplificata". Un imprenditore che da sempre è nel mondo dell'elettricità: «L'azienda di famiglia si occupava di distribuzione di materiale elettrico. È una tradizione che parte da mio nonno, che nel 1925 porta l'elettricità nel sud Italia». Messosi in proprio nel 1992, Jossa Fasano fonda una centrale acquisti di materiale elettrico che rifornisce 180 punti vendita, poi con Oscar Farinetti nel 1996 acquisisce la catena di elettrodomestici Trony, dopo alcuni anni ceduta agli inglesi della Dixon. Dal 2010 inizia una nuova attività imprenditoriale nel campo degli interruttori con la 4box e, grazie a un team di giovani ingegneri, prova a rivoluzionare il mercato: «Il nostro obiettivo è entrare nelle case degli italiani aiutandoli a risolvere i problemi di spazio e di arredo a costi contenuti – spiega Arturo Jossa Fasano –. Cerchiamo di dare delle soluzioni concrete».

Oltre a Hide, l'azienda milanese produce Wide, una presa per scatola da incasso a tre moduli che mantiene un alto grado di protezione anche a spina inserita, Plug+, una spina ergonomica e salvaspazio che permette di orientare i poli in senso perpendicolare rispetto al cavo e Side, una presa che in soli due moduli incorpora tre distinte prese: una Schuko (quelle tonde, tipiche degli elettrodomestici) e due tradizionali. «Hide, Wide, Side e Plug+ sono brevetti che rappresentano l'unica vera evoluzione della presa elettrica – racconta l'imprenditore –. Sono tutti realizzati in Italia e venduti presso la grande distribuzione. La produzione è data in outsourcing, in quanto la scelta è stata di aver il minor importo di costi fissi possibili». Nel suo primo anno operativo, il 2014, la 4Box conta di chiudere con un fatturato di circa un milione di euro e le previsioni sono di arrivare a 3,5 nel 2015 e a 6 l'anno successivo. «Il mercato delle prese in Italia movimentava ogni anno 35 milioni di pezzi per un valore di circa cento milioni di euro. La nostra ambizione è ottenere il 3% del mercato il primo anno, il 6% il secondo. I nostri concorrenti sono tutte grandi aziende o multinazionali per cui siamo consci che siamo dei piccoli Davide che sfidano tanti Golia. Ma vogliamo giocarci la nostra partita».



**FATTI DALLE IMPRESE.
PER LE IMPRESE.**

**FAI UN'AZIONE CONCRETA PER LA TUA AZIENDA.
SOTTOSCRIVI L'AUMENTO DI CAPITALE SOCIALE DI EUROGROUP.**

Un **capitale di idee** e di iniziative concrete per le aziende che va conservato, supportato e, soprattutto fatto crescere. **Eurogroup** è la rete di imprese che guarda lontano.

Per ulteriori informazioni contattate il Numero Verde **800 98 52 42** oppure scrivete a: customerservice@eurogroup.it.



IN ARRIVO IN TOSCANA I PRIMI BANDI POR 2014-2020

È stata già avviata dalla Regione la gestione anticipata dei fondi strutturali per il nuovo periodo di programmazione comunitaria

■ **Francesco Migliore**

Nel 2014 la Toscana – al fine di evitare il blocco degli interventi alle imprese per il ritardo dell'approvazione da parte dell'Unione Europea del Programma operativo regionale (Por) per il Fesr, il Fondo europeo di sviluppo regionale, nel periodo 2014-2020 – ha avviato, prima fra le Regioni italiane, la gestione in anticipazione dei nuovi fondi strutturali. Dopo aver pubblicato, in estate, i nuovi bandi volti al sostegno delle attività di ricerca, sviluppo e innovazione, nelle settimane tra la fine del 2014 e l'inizio del 2015 sono in corso di riattivazione tre ulteriori misure per le imprese, già operative nel corso degli anni passati. Si tratta dei bandi: Por 2014-2020 Linea 1.3b - servizi qualificati; Por 2014-2020 - servizi qualificati per l'internazionalizzazione delle Pmi; Por 2014-2020 - qualificazione del sistema turistico e commerciale.

Il primo bando prevede la concessione di aiuti per consulenze volte all'acquisizione di servizi qualificati finalizzati al miglioramento dell'assetto gestionale, produttivo, tecnologico e/o organizzativo delle Pmi operanti nei settori industria, artigianato e servizi alla produzione e in particolare per: servizi qualificati di accompagnamento e sostegno all'innovazione; servizi qualificati di supporto all'innovazione organizzativa e all'introduzione di ICT; servizi qualificati di supporto all'innovazione commerciale per il presidio strategico dei mercati. A tal fine sono erogati contributi a fondo perduto di importo variabile in base alla tipologia di servizio ed alla dimensione dell'impresa beneficiaria. La misura per l'internazionalizzazione promuove la realizzazione di programmi per una presenza stabile dell'impresa al di fuori dei confini nazionali. Si passa dalla partecipazione a saloni o fiere internazionali, alla promozione di prodotti o di servizi fino alle consulenze per la realizzazione di studi di fattibilità finalizzati alla penetrazione commerciale ed al radicamento nei mercati esteri attraverso forme di alleanza tra imprese. I contributi a fondo perduto concessi possono finanziare, sulla base delle spese previste, fino al 50% del programma ritenuto ammissibile. Anche il sistema turistico-commerciale potrà usufruire di uno specifico strumento per lo sviluppo, attraverso investimenti innovativi rivolti al miglioramento, ammodernamento ed adeguamento delle strutture. Il nuovo bando per la qualificazione delle imprese operanti nei settori del turismo e del commercio incentiverà, tramite finanziamenti a tasso agevolato, gli interventi di ampliamento e ristrutturazione di immobili, il miglioramento, l'ammodernamento e l'adeguamento delle strutture aziendali e l'acquisto di hardware e software anche finalizzato a progetti che realizzano attività di e-commerce nonché la progettazione e la direzione dei lavori relativi all'investimento da realizzarsi. A queste prime misure apripista faranno seguito, nei prossimi mesi, ulteriori interventi finalizzati al sostegno del mondo imprenditoriale che andranno a inserirsi in un programma organico di sviluppo con l'obiettivo di portare la Regione Toscana all'appuntamento del 2020 con una rinnovata capacità produttiva trainante, in un contesto non soltanto nazionale, ma anche di livello europeo.



TUTTE LE NOVITÀ DALLE REGIONI

INTERO TERRITORIO NAZIONALE

Smart & start

A breve diverrà operativo il nuovo bando Smart & Start di Invitalia, volto a sostenere la nascita e lo sviluppo di start up innovative di piccola dimensione localizzate sull'intero territorio nazionale. Il bando prevede il sostegno di programmi di investimento e/o l'acquisto di servizi necessari alla gestione, di importo compreso fra 100 mila e 1,5 milioni di euro. I progetti dovranno avere un significativo contenuto tecnologico e innovativo e potranno riguardare lo sviluppo di prodotti, servizi, soluzioni nel campo dell'economia digitale oppure la valorizzazione economica dei risultati del sistema della ricerca pubblica e privata. L'agevolazione prevede due forme: finanziamento a tasso zero fino a un massimo del 70% del costo del progetto, elevabile all'80% se la start up ha una compagine interamente costituita da giovani o donne; servizi di tutoraggio tecnico-gestionale limitatamente alle imprese costituite da meno di 12 mesi dalla data di presentazione della domanda. La dotazione finanziaria è di circa 200 milioni di euro.

Stimolare, migliorare e salvaguardare la solidità patrimoniale

È nuovamente operativa la misura Simest (legge 133/08 art. 6, comma 2, lettera c) – patrimonializzazione) volta a stimolare, migliorare e salvaguardare la solidità patrimoniale delle imprese per accrescere la loro capacità di competere sui mercati esteri. Le Pmi con sede legale sul territorio nazionale, costituite alla data di erogazione del finanziamento in società per azioni e con un fatturato estero (realizzato nei tre esercizi finanziari precedenti a quello di presentazione della domanda) pari in media ad almeno il 35% del fatturato complessivo, possono beneficiare di finanziamenti concessi al tasso di riferimento comunitario nel limite del 25% del patrimonio netto dell'impresa richiedente e comunque di importo non superiore a 300 mila euro.

PIEMONTE

Creazione di impresa e autoimpiego

Ripartiti dal 1° settembre, con modalità rinnovate, gli incentivi per l'autoimpiego e la creazione di impresa previsti dall'art. 42 della legge regionale 34/08. Le linee di sostegno attivate sono tre:

1. strumenti finanziari a sostegno delle nuove imprese nate dai servizi forniti dagli sportelli provinciali per la creazione di impresa;
2. interventi per la nascita e lo sviluppo di "creazione di impresa";
3. interventi per la nascita e lo sviluppo del "lavoro autonomo".

Fondo di garanzia per le grandi imprese 2014

La Regione Piemonte ha riaperto il bando (legge regionale 34/04) che prevede il riconoscimento di una garanzia regionale gratuita e ha l'obiettivo di sostenere la continuità nell'accesso al credito per le grandi imprese che presentano criticità finanziarie congiunturali e momentanee. Il bando dispone di una dotazione di risorse pari 11 milioni di euro che corrispondono a circa 55 milioni di garanzie concedibili. Le domande sono presentabili fino al 31 dicembre 2015, salvo esaurimento anticipato delle risorse.

LOMBARDIA

Finanziamenti agevolati per progetti di ricerca, sviluppo e innovazione

Entro dicembre la Regione Lombardia inaugurerà la linea "Ricerca e Sviluppo" di InnoLombardia con il nuovo Fondo di rotazione per l'imprenditorialità Frim-Fesr (Fondo Europeo di Sviluppo Regionale) 2020, che stanziava 30 milioni di euro per sostenere progetti di ricerca industriale, sviluppo sperimentale e innovazione di prodotto e/o processo delle Pmi dei settori manifatturiero, costruzioni e servizi alle imprese. I progetti finanziabili devono essere realizzati in Lombardia nell'ambito delle aree di specializzazione individuate dalla smart specialisation strategy (S3): aerospazio, agroalimentare, eco-industria, industrie creative e culturali, industria della salute, manifatturiero avanzato, mobilità sostenibile. L'agevolazione consiste in un finanziamento a medio termine con risorse a valere esclusivamente sul fondo regionale, di importo massimo di un milione di euro e con un tasso fisso dello 0,50%.

Contributi per percorsi di rilancio della competitività aziendale

Dal 1° dicembre le Pmi lombarde con minimo dieci addetti potranno nuovamente ottenere contributi per la realizzazione di check-up aziendali e business plan (piani di rilancio aziendale), realizzati da professionisti e società accreditate dalla Regione, per migliorare la propria capacità competitiva. La dotazione finanziaria del nuovo bando, rinnovato anche nell'iter procedurale semplificato, è pari a euro 1.500.000. L'agevolazione è rappresentata da un contributo a fondo perduto pari al 50% delle spese ammissibili e con un massimale di 30 mila euro. Le domande potranno essere presentate fino al 30 aprile 2015 e il contributo concesso fino all'esaurimento delle risorse disponibili.

EMILIA-ROMAGNA

Fondo starter

Le Pmi costituite dopo il primo gennaio 2011, con localizzazione produttiva in Emilia-Romagna, possono ottenere finanziamenti a tasso agevolato per la realizzazione di progetti di investimento aziendale effettuati nel territorio regionale. Nella fattispecie possono essere incentivati i programmi relativi a interventi su immobili, acquisizione di impianti, macchinari e attrezzature, brevetti, licenze, marchi e avviamento, per l'ottenimento di consulenze tecniche e/o specialistiche, per il costo del personale nonché per la presentazione della domanda di agevolazione. La misura è aperta fino ad esaurimento delle risorse disponibili.

UMBRIA

Imprenditoria giovanile

È regolarmente operativa la legge regionale 12/95, che incentiva la costituzione, da parte di giovani imprenditori, di nuove attività con sede nelle province di Terni o Perugia. L'agevolazione abbina un finanziamento a tasso zero fino al 75% del programma o, alternativamente, un contributo in conto interessi – nella misura massima di cinque punti percentuali del tasso di interesse ministeriale – a un contributo a fondo perduto finalizzato alla copertura delle spese di costituzione ed avviamento dell'impresa. È possibile presentare domanda in qualsiasi momento dell'anno.

VENETO

Sviluppo dell'offerta turistica

La Regione Veneto incentiva (legge regionale 33/2002) gli investimenti finalizzati allo sviluppo e alla qualificazione dell'offerta turistica regionale, sia questa riferita al comparto alberghiero, extra-alberghiero, all'aperto o di altro tipo (stabilimenti balneari, impianti di risalita, ecc.). Sono agevolabili investimenti ancora da realizzare e destinati alla ristrutturazione, rinnovo, ampliamento delle strutture ricettive esistenti, oppure alla realizzazione di strutture complementari (piscine, spa, campi da golf, ecc.). L'agevolazione consiste in un finanziamento a tasso agevolato (co-finanziamento regione/banca) in cui la componente pubblica può arrivare fino al 50% dell'importo.

Fondo unico per lo sviluppo: supporto finanziario

All'interno del Fondo Unico per lo Sviluppo (delibera giunta regionale 2216/13), la misura "supporto finanziario" è volta a fornire finanziamenti a tasso agevolato alle Pmi della Regione, legati ad operazioni finanziarie dell'azienda riguardanti la gestione straordinaria e ordinaria quali, ad esempio, operazioni di ricapitalizzazione aziendale, riequilibrio finanziario, consolidamento passività bancarie o altre operazioni (finanziamento crediti insoluti, finanziamento crediti maturati verso la pubblica amministrazione, rimborso finanziamenti a medio lungo termine, anticipo ordini/contratti). L'agevolazione consiste in un finanziamento agevolato, di importo compreso tra 20 e 350 mila euro, con una durata fino a 60 mesi e un tasso pari al 50% dell'interesse applicato dall'istituto di credito co-finanziatore.

Fondo unico per lo sviluppo: imprenditoria femminile e giovanile

La delibera giunta regionale 2216/13 prevede agevolazioni maggiorate per le aziende a prevalente conduzione femminile o giovanile: le misure "imprenditoria femminile" e "imprenditoria giovanile" incentivano infatti gli investimenti aziendali delle imprese a gestione prevalentemente femminile o di giovani tra i 18 e i 35 anni di età, di carattere sia immobiliare sia mobiliare sia immateriale. L'agevolazione, in entrambe le misure, consiste in un finanziamento bancario a medio termine a tasso agevolato, abbinato ad un contributo a fondo perduto pari al 15% dell'investimento.

LIGURIA

Prestiti partecipativi

Sono ancora disponibili fondi per la concessione di finanziamenti agevolati alle Pmi che intendono realizzare programmi di investimento innovativi, eseguendo in parallelo un aumento di capitale sociale (Por Azione 1.2.4). Più in dettaglio, sono ammissibili alle agevolazioni i programmi di investimento innovativi volti all'ampliamento dell'attività produttiva, allo sviluppo di nuove attività, all'introduzione di innovazioni dal punto di vista tecnologico, produttivo, commerciale, organizzativo e gestionale. Il prestito partecipativo, in forma di co-finanziamento tra banca e Regione, potrà essere concesso fino al 100% dell'importo dell'investimento ammesso ad agevolazione ed è diretto, in parte, ad anticipare le risorse di un futuro aumento di capitale sociale, da effettuarsi con la sottoscrizione ed il versamento da parte dei soci attuali o futuri. L'aumento di capitale sociale dovrà essere almeno in misura pari al 40% del prestito partecipativo concesso all'impresa.

INIZIATIVE DELLE CAMERE DI COMMERCIO

BRESCIA

Sostenere l'accesso al credito

Sono operativi dal prossimo gennaio i bandi camerali finalizzati a sostenere l'accesso al credito delle Pmi bresciane. L'agevolazione consiste in un contributo a fondo perduto a fronte di finanziamenti bancari erogati dal primo luglio 2013 e garantiti dai Confidi, tra cui Eurofidi. 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 più interessi) in misura almeno pari al contributo richiesto. Le domande verranno esaminate in base all'ordine cronologico di presentazione. Le date di apertura sono differenziate in funzione dei settori: 15 gennaio per l'artigianato, 20 gennaio per commercio-turismo-servizi e 22 gennaio per l'industria.

PIACENZA

Contributi per l'accesso al credito

Le Pmi piacentine possono ottenere contributi in conto interessi di importo variabile su finanziamenti garantiti da organismi di garanzia fidi, tra cui Eurofidi, per iniziative riguardanti programmi di innovazione tecnologica, sviluppo imprenditoriale, avvio di nuove imprese, esigenze di liquidità e consolidamento passività a breve. Le richieste di agevolazione dovranno essere presentate direttamente al Confidi garante entro il 28 febbraio 2015, salvo esaurimento anticipato delle risorse disponibili.

ASTI

Contributi per gli investimenti garantiti da Eurofidi

L'ente camerale astigiano riconosce alle imprese operanti sul territorio provinciale un contributo a fondo perduto del 6% sugli investimenti effettuati a fronte di un finanziamento garantito fino ad un massimo di 6.000 euro. Le domande possono essere presentate a Eurofidi fino alla fine dell'anno.

CUNEO

Contributi per gli investimenti garantiti da Eurofidi

Anche per il 2014 l'ente camerale cuneese riconosce, alle imprese operanti sul territorio provinciale, un contributo del 5% sugli investimenti realizzati a fronte di un finanziamento garantito da Eurofidi. È prevista una maggiorazione di contributo dal 5 all'8% nel caso di nuove imprese, imprese a prevalente partecipazione giovanile o femminile, eventi calamitosi o di particolare disagio, investimenti innovativi o che prevedano l'assunzione di personale. Le domande possono essere presentate a Eurofidi fino al 31 dicembre 2014.

FROSINONE

Partecipazione a fiere

È sempre attiva la misura che concede contributi a fondo perduto pari al 50% delle spese ammissibili, di importo variabile fino a un massimo di settemila euro sulla base delle differenti tipologie di eventi cui le aziende aderiscono, per favorire la crescita delle imprese sui mercati internazionali mediante la partecipazione a fiere internazionali (tenute in Italia o all'estero) e a incontri d'affari aventi valenza internazionale (tenuti all'estero).

VITERBO

Certificazione aziendale

Le Pmi regolarmente iscritte al Registro delle imprese con sede nella provincia di Viterbo possono agevolare le spese effettivamente sostenute e documentate per l'acquisizione di consulenze finalizzate al primo ottenimento dei sistemi di certificazione ISO 9001, OHSAS 18001, SA 8000, ISO 22000, ISO 22005, certificazione di prodotto per mercato estero, certificazione di conformità/certificato di ispezione CoC (Certificate of Conformity) per Paese estero extra-UE, SOA e FPC nonché per il costo dell'ente certificatore. È prevista la concessione di un contributo a fondo perduto di importo variabile in base alla tipologia di certificazione ottenuta e comunque con un massimo pari a cinquemila euro.

LA NOSTRA PRESENZA IN ITALIA

SEDE CENTRALE Via Perugia, 56 - 10152 Torino

Tel. 011 24191 - Fax 011 238283

info@eurogroup.it - www.eurogroup.it

ABRUZZO

PESCARA

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

CAMPANIA

**NAPOLI: PRODOTTI OFFERTI
DA EUROFIDI TRAMITE CAPITAL
MONEY MEDIATORE CREDITIZIO
(CONVENZIONATO CON EUROFIDI)**
Molo Angioino, Stazione Marittima
Terminal Crocieristico - 80122 Napoli
t. 081 4972240
areacredit@capitalmoney.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

LOMBARDIA

BERGAMO

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

BRESCIA - MANTOVA

Via Flero, 46 - 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
milanord@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

ASTI

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

BIELLA

Via Torino, 42
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

TORINO

Strada del Drosso, 49
10135 Torino
t. 011 3402911 - f. 011 3471120
torino@eurogroup.it

TOSCANA

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 Pievaiola, 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 432661 - f. 0422 276577
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.

TOSCANA Siena, la Torre del Mangia vista dal cortile interno. La torre è chiamata così perché dal 1347 al 1360 il Comune dette incarico di battere le ore a tal Giovanni Balduccio, soprannominato "Mangia" o "Mangiaguadagni" in quanto pare fosse uno spendaccione. Balduccio fu poi sostituito da un automa, che in ricordo del suo primo battitore fu chiamato Mangia. La costruzione della torre, alta ben 102 metri fino al parafulmine, inizia nel 1325 e viene terminata intorno al 1348.

Eureka

NOVEMBRE
DICEMBRE 2014