

«I soldi non usati dei Tremonti bond? Dateli alle nostre piccole imprese»

La proposta lanciata dall'assessore Zambetti al congresso di Casartigiani Lombardia Bettini: «Bene il pacchetto regionale di garanzia crediti. Resta il nodo burocrazia»

«I soldi dei bond che le banche non hanno preso, perché non vengono messi in circolo per le Regioni? Dateli a noi che li passiamo alle microimprese per far ripartire il volano economico». È l'invito al ministro Tremonti lanciato dall'assessore regionale all'artigianato Domenico Zambetti, in occasione del Congresso di Casartigiani Lombardia, organizzazione di categoria che ha da un anno circa espressione a livello provinciale nell'Aib-Artigiani imprenditori bergamaschi.

Per illustrare la situazione il presidente di Casartigiani Mario Bettini ha presentato un sondaggio realizzato su un campione di 1.050 imprese associate, rappresentativo degli oltre 14.000 associati lombardi. Da questi dati emerge che solo il 7% sta riducendo i loro dipendenti, mentre l'11% sta investendo su nuove collaborazioni. Però l'83% ha registrato una contrazione del fatturato e pessimistiche sono le previsioni: il 72% è convinto che il calo di fatturato si è mantenuto sullo stesso trend anche dopo l'estate. Sono riscalate le

Indagine dell'organizzazione alla quale aderisce in provincia l'Aib: contrazione del fatturato per l'83% delle aziende

spere di un'inversione di tendenza entro la fine dell'anno. Inoltre, il 20% sta cercando ulteriori sbocchi commerciali; il 5% punta su una maggiore qualità dei prodotti e il 7% ha programmi di investimento. Ma soprattutto gli artigiani lamentano i pesanti lacci burocratici e chiedono al Governo la semplificazione burocratico-amministrativa che pesa sui costi delle imprese. Un'esigenza più sentita dell'attesa di riduzione delle tasse e del costo del denaro. L'assessore Zambetti ha detto di lavorare «perché tutto questo sia possibile, alla pari della possibilità di emanare regolamenti specifici per alcuni settori che tutelino gli artigiani dalla concorrenza sleale e dalla contraffazione, valorizzando la qualità sul mercato locale, nazionale ed internazionale del Made in Lombardy, richiesto nelle sue eccellenze dal mercato globale». Bettini ha sottolineato che «ormai da un anno e mezzo, gli artigiani e i loro dipendenti stanno tirando la cinghia, sulla quale i buchi si stanno accorciando. Perché se è vero che - come ci raccontano - gli effetti della crisi dal punto di vista industriale stanno per volgere al meglio, per gli artigiani il peggio è arrivato qualche mese fa e sta producendo i suoi effetti nefasti proprio oggi». Poi ha lanciato la versione lombarda del Patto di Capranica, l'alleanza tra le organizzazioni. «È importante che non sia solo di valenza nazionale. I piccoli imprenditori lombardi, che sono il propulsore di quella che è definita la "locomotiva d'Italia", hanno problemi comuni.

Verifichiamo la convergenza e diamo loro una sola voce, semplificando le rappresentanze, anche se questo non vuol dire che spariscono le sigle». E ha invitato gli associati a resistere al blocco mondiale della domanda «dei consumi e degli ordini che inevitabilmente ridisegnano un nuovo ordine mondiale dell'offerta produttiva, tagliando fuori chi non è in grado di essere competitivo. La maggior parte si deve far prestare i soldi dalle banche per pagare le tasse». E su l'irap: «Una tassa iniqua che colpisce i debiti che un'azienda ha».

Bettini ha invece apprezzato il pacchetto anticrisi «voluto dal governatore Roberto Formigoni: a favore delle imprese sono stati garantiti crediti per 3 miliardi di euro. La Regione è molto attenta a venirci incontro». Bettini ha definito il Patto di stabilità «una follia che frena tutta una serie di interventi che potrebbero dare impulso alla ripresa delle micro o piccole aziende, il 95% delle aziende lombarde». E sugli studi di settore, «l'incubo dei nostri dirigenti nazionali. Pare che qualcosa riescano a fare ma di quel pare noi siamo piuttosto stufi». Si è parlato dell'importanza della formazione: «Uscendo dalla crisi, dobbiamo essere pronti per agire nelle nuove realtà che sorgeranno e proseguire Bettini - Ma dobbiamo anche tutelare i mestieri che stanno scomparendo. Faremo una proposta perché questo fenomeno si riduca. I giovani vanno educati alla maestria del lavoro manuale. E che l'anziano si metta a disposizione come tutor disposto a impiegare tutto il tempo necessario affinché l'allievo raggiunga una buona professionalità». Insomma Bettini ha espresso la necessità di promuovere una sorta di evoluzione del concetto di scuola-bottega per favorire l'apprendistato.

Sulla creazione di Artfidi Lombardia, consorzio di garanzia iscritto ad ottobre da Banca Italia nell'elenco speciale degli intermediari finanziari vigilati, ha detto che «oggi offre migliori garanzie alle banche ed acquisisce un maggior grado di fiducia da parte degli istituti, a beneficio della piccola imprenditoria locale. Ha già garantito interventi per 220 milioni di euro ad oltre 2.500 imprese lombarde. Un aiuto robusto». Nell'indagine riportata, il 64% delle aziende campione aveva dichiarato di avere tuttora una maggior difficoltà d'accesso al credito. Mentre grazie ai Confidi, il 41% ha ottenuto dalle banche tassi agevolati.

Mariella Radaelli



Il mondo artigiano chiede maggiori finanziamenti

ALL'ALBERETA

GRANDI BANCHIERI AD ERBUSCO PER IL MEETING LEONARDO

Il Gotha del sistema bancario italiano si è ritrovato tra martedì e ieri e oggi all'Albereta di Erbusco per la Gbl Italian financial conference di Banca Leonardo. All'appuntamento, battezzato informalmente «In vino veritas» si è fatto il punto sullo stato di salute delle banche davanti ad una platea di 50 clienti della banca d'affari con i rappresentanti di grandi fondi italiani ed esteri e gestori specializzati. Il numero uno di Banca Leonardo, Gerardo Braggiotti, ha tenuto il discorso di apertura, mentre nell'incontro riservato hanno parlato, martedì, il consigliere delegato di Intesa Sanpaolo, Corrado Passera, il numero uno di Mediobanca, Ennio Doris, il direttore generale del Monte dei Paschi di Siena, Antonio Vigni, il suo omologo in Bpm, Fiorenzo Dalu, e l'amministratore delegato di UniCredit, Alessandro Profumo, che ha preso la parola durante la cena di gala per i 50 ospiti nel ristorante di Gualtiero Marchesi. Ieri mattina sono intervenuti i consiglieri delegati di Ubi Banca, Victor Massiah, e del Banco Popolare, Pier Francesco Saviotti, e gli amministratori delegati di Fondiaria-Sai, Fausto Marchionni, di Azimut, Pietro Giuliani, e delle Generali, Giovanni Perrinotto.

Ad un incontro in Confindustria Bergamo emersi i freni che ne limitano l'uso nelle aziende Internet, potenzialità ancora inesprese

Internet è diventato un supporto che un'azienda può utilizzare in diverse direzioni, dall'acquisto di materie prime alla promozione di se stessa in aree territoriali completamente nuove. Traendo spunto da queste considerazioni Confindustria Bergamo ha organizzato un incontro, ieri pomeriggio in Sala Giunta, sul tema «Promuovere l'azienda attraverso la rete: saper cogliere le opportunità di business». L'appuntamento ha visto l'adesione di oltre 140 aziende bergamasche appartenenti a un ventaglio piuttosto ampio di settori. Sono infatti intervenuti rappresentanti della meccanica, del tessile, del legno, della plastica, dei marmi e della chimica, oltre al terziario innovativo. L'obiettivo dell'incontro è stato duplice: descrivere il quadro generale del siste-

ma rappresentato dalle nuove tecniche e fornire un'ampia rassegna di casi in cui queste tecniche sono oggi applicate. I relatori si sono soffermati anche su alcune peculiarità: ad esempio la diffidenza che perdura in Italia, rispetto ad altri Paesi, ad accettare le carte di credito per piccole spese. In particolare Alberto Frambrosi, presidente del Gruppo Industriali Terziario Avanzato di Confindustria Bergamo, ha sottolineato che «Internet è oggi considerato in Italia ancora uno strumento che, al di là del fenomeno e-mail, da utilizzare soltanto per presentare a mo' di grande spot i propri prodotti e i propri servizi. Questo strumento invece può essere usato in modo straordinariamente più efficace come momento di ricerca di informazioni, di relazioni con operato-

ri del proprio settore, nonché come contatto con target innovativi. Il tutto mettendo in preventivo costi più bassi rispetto a qualsiasi altro canale». «I freni oggi esistenti - ha aggiunto Frambrosi - sono di natura culturale e peraltro tipicamente italiani. C'è un'invisibile barriera verso l'utilizzo della tecnologia che rappresenta un freno verso l'entrata di nuovi strumenti. Ma c'è anche una barriera di tipo sociale, per cui si tende a privilegiare la continuità dei modelli aziendali. Per fortuna questa crisi, tra le cose disastrose che ha portato, ci ha spinto a riconsiderare completamente il modello d'impresa e quindi ci obbligherà a rileggere il modo di porre i nostri prodotti e i nostri servizi verso il mercato».

Francesco Lamberini

SABATO POMERIGGIO

CONTRATTO SANITÀ PRIVATA PRESIDIO ALLE GAVAZZENI

Sabato pomeriggio in occasione della visita del presidente della Regione Lombardia Roberto Formigoni alla Clinica Humanitas Gavazzeni per l'inaugurazione di una nuova ala e sindacati della sanità privata Aiop (2.500 lavoratori in Bergamo) organizzeranno davanti ai cancelli, dalle 15.30 alle 17.30, un presidio di protesta per sensibilizzare sul rinnovo del contratto nazionale di categoria scaduto da quattro anni. Altri presidi sono programmati per il primo dicembre al Policlinico San Pietro di Ponte San Pietro e il 14 dicembre al Policlinico San Marco di Zingonia.

Puntando sui 14 mila club dilettantistici un'occasione di promozione: già attivati 1.100 siti Con «Gioca» di Stezzano il calcio fa rete sul web

RITORNI



Sanpellegrino riscopre lo stile vintage

La Sanpellegrino rilancia il suo passato con un'edizione limitata di quattro sue storiche bibite nelle classiche «clavette» in vetro, vestite con etichette in stile retrò. La «Collezione Vintage Sanpellegrino» è formata da tre scatole di latta, con soggetti e colori che riprendono le vecchie campagne pubblicitarie dell'azienda. All'interno si trovano quattro bottigliette di storiche bibite

Sanpellegrino: l'Aranciata amara lanciata nel 1949; il Chinò, denominazione moderna del chinotto commercializzato dalla fine degli anni Trenta; il soft drink Cocktail ideato negli anni Sessanta e l'Old Tonic, acqua tonica nata con il nome di Quinine Water, per il contenuto di chinino. Le confezioni saranno disponibili dal 10 dicembre solo nei negozi Esselunga

«Le società di calcio di Serie A sono venti e sono seguite da milioni di spettatori ogni settimana: una bella vetrina per le aziende sponsor che vogliono fare pubblicità. Ma in Italia sono attive anche oltre 14 mila società sportive dilettantistiche, che muovono ancora più persone tra amici, parenti, simpatizzanti. Partendo da questo presupposto, abbiamo pensato che mettere in comunicazione questi due mondi avrebbe portato vantaggi ad entrambi». Detto e fatto. La società bergamasca Gioca srl di Stezzano, spiega il presidente Luca Locatelli, «ha proposto alle piccole realtà sportive la realizzazione gratuita di un sito internet, come le grandi squadre, in cui inserire il marchio di uno sponsor nazionale (Tim, Snai, Ringo), con spazi che la società può utilizzare per comunicare con tesserati, simpatizzanti, federazione. E con altri spazi, lasciati in gestione a Gioca, che può rivenderli a grandi aziende che possono così raggiungere un pubblico vastissimo. Inoltre, una percentuale degli incassi viene girata da Gioca alle società sportive, che possono avere così entrate extra per coprire le spese per borse e magliette». Sembra l'uovo di Colombo. Ma intanto la Gioca ha già attivato ben 1.100 siti Internet in tutta Italia.

Quello dell'azienda di Stezzano è uno degli esempi di come l'innovazione può rappresentare un cambiamento ben riuscito, come sottolineato al Kilometro Rosso, nel recente convegno «U come innovazione», organizzato dalla società di consulenza Umania. «L'innovazione è un cambiamento che deve genera-

re un risultato positivo, misurabile, evidente - ha spiegato Angelo Rondi, direttore commerciale di Umania - e cambiamento significa anche acquisire una risorsa spendibile nel futuro».

Sul fronte del marketing, Daniela Andreini, ricercatrice della facoltà di Economia dell'Università di Bergamo, ha illustrato i risultati di una indagine condotta su circa 700 partecipanti «per misurare l'efficacia del messaggio pubblicitario sulla community di Gioca; è emerso che non vi sono distinzioni tra sponsor locali e nazionali e che per il marchio non assume significato la sua appartenenza o meno all'ambito sportivo sponsorizzato. Inoltre la percezione del messaggio è più forte nelle entità, anche piccole, dove è presente una forte aggregazione. Quando la community crea coinvolgimento, il legame con il marchio è più efficace. Ad esempio, Facebook, al contrario, ha un alto tasso di frequenze contrapposto ad un basso livello di partecipazione emotiva».

Altre idee innovative sono state illustrate da Roberto Montanari, di Re:Lab, per soluzioni nel campo automotive; Massimo Crucitti (Bymark) e Lina Bonapace per lo studio di una letto ospedaliero specifico per terapia intensiva; Gianluca Gambirasio (Olympos) sulla misurazione del ritmo di corsi formativi; Ferdinando Valenti (Umania) e Daniele Agosto (Saeco) sulla progettazione e differenziazione di macchine per caffè; Francesco Gallucci (1to1Lab) nuove ricerche di mercato; Michele Bellani sull'innovazione nell'ergonomia.

Andrea Iannotta

**Misure di responsabilità:
il Bilancio sociale delle cooperative sociali della provincia di Bergamo.**

Venerdì 20 novembre 2009
Confcooperative Bergamo - via Serassi, 7.

<p>Ore 14.30 Apertura e introduzione dei lavori. Giuseppe Guérini Segretario generale Confcooperative Bergamo</p> <p>Saluto delle autorità. Giorgio Bonassoli Assessore Attività Produttive e Turismo Provincia di Bergamo</p> <p>Leonio Callioni Assessore Politiche Sociali Comune di Bergamo</p> <p>L'albo Regionale delle cooperative sociali un patrimonio di conoscenza al servizio delle istituzioni e dei cittadini. Alessandro Ronchi DG Industria PMI e Coop. della Regione Lombardia</p>	<p>Bilancio sociale e nuova regolamentazione dell'albo delle cooperative: l'esperienza di Confcooperative Bergamo. Pieralberto Cancelli Direttore Confcooperative Bergamo</p> <p>Cooperative sociali di tipo B una risorsa per l'occupazione e per il lavoro. Rosalucia Tamontano Consigliere Provinciale Confcooperative Bergamo</p> <p>Cooperative Sociali e servizi alla persona. Omar Piazza Presidente Federsolidarietà Bergamo</p> <p>Bilancio sociale: le motivazioni di una scelta responsabile. Alessandro Giussani Presidente Federsolidarietà Lombardia</p>
---	--

Patrocini:

Con il contributo: