

LA SFIDA DELLA PICCOLA E MEDIA IMPRESA

INNOVARE

RIVISTA TRIMESTRALE DI INFORMAZIONE TECNICO SCIENTIFICA



AMBIENTE
ED ENERGIA
Bioenergie
per
l'industria

EVENTI
Bari
Festival
dell'Innovazione

EXPORT... NON OCCASIONALE

1 ²⁰¹³ *Organo Scientifico Ufficiale di CONFAPI*

Innovare è edita da MacTe Edizioni srl - Varese - Poste Italiane SpA - Spedizione in Abbonamento Postale - 70% - LQ/MI - Anno XIV Numero 1 - Euro 7

www.innovare.it
RIVISTA TRIMESTRALE DI INFORMAZIONE TECNICO-SCIENTIFICA • 1 • 2013



L'EDITORIALE

Riprendiamoci il nostro posto	5
-------------------------------------	---

ISTITUZIONI E PMI

Progetto "LaRete"	6
Previndapi	8
Quando lo stato tende la mano alle PMI	10

ECONOMIA E MERCATO

Brasile: economia del miracolo	12
India un mercato in forte crescita	14
La vaschetta ovvero l'export non occasionale	18
Innovazioni assicurative	22

DOVE NASCONO LE IDEE

L'innovazione contro l'iniquità	26
Piccoli budget per grande visual	28

INNOVAZIONI & TECNOLOGIE

Riciclo delle materie plastiche usate	30
---------------------------------------------	----

AMBIENTE ED ENERGIA

Le bioenergie per l'industria	34
-------------------------------------	----

INNOVARE CON LA FORMAZIONE

Progetto G.O.L.I.A.	38
--------------------------	----

MATERIALI INNOVATIVI

Biopolimeri per applicazioni tecniche avanzate	40
------------------------------------------------------	----

EVENTI

Festival dell'innovazione	42
Affidabilità e tecnologie	44

LE PMI SANNO INNOVARE

Nanotecnologie opportunità per i materiali	48
Promemoria l'atelier del bello	52
Molaro Aldo serramenti	54

DAL MONDO CONFAP

Missione Cem	58
Cala la spesa energetica = buona notizia?	59
Aggregazioni e reti d'impresa	60

PMI, EUROPA, RICERCA

La scienza da vicino alla portata di tutti	62
--------------------------------------------------	----

SERVIZIO AI LETTORI	66
---------------------------	----

Accendi il RISPARMIO



Creato per supportare le imprese nell'acquisto di energia e gas metano, il Consorzio opera nel libero mercato e agisce come intermediario contrattuale tra utenti finali e fornitori, garantendo un forte potere d'acquisto ed un eccellente livello di servizio.

Perché Confapi Energia?

- Maggiore forza contrattuale per la scelta della migliore offerta
 - Garanzia di risparmio e qualità del servizio
 - Supporto quotidiano nei rapporti con il fornitore

CONSULENZA E SUPPORTO

LA SOLUZIONE ADATTA A TE

PREZZO SU MISURA

RISPARMIO A COSTO ZERO

PREVENTIVAZIONE
GRATUITA

Con 700 milioni di kWh gestiti, 1600 aziende consorziate e oltre 2500 utenze servite, Consorzio Confapi Energia è uno dei maggiori gruppi di acquisto a livello nazionale in campo.



FILO DIRETTO CON IL CONSORZIO

Ogni consorziato

ha sempre la possibilità

di parlare con un nostro funzionario

consorzio@confenergia.it



IL NOSTRO SERVIZIO COME VALORE AGGIUNTO

**CON IL SEMPLICE INVIO DI
UNA BOLLETTA DI ELETTRICITÀ E/O GAS METANO
AI NOSTRI FUNZIONARI, POTRETE OTTENERE UN'ANALISI
COMPARATIVA DELLE CONDIZIONI ECONOMICHE E CONTRATTUALI
IN ESSERE CON I VOSTRI FORNITORI.**

RIPRENDIAMOCI IL NOSTRO POSTO

La situazione che le nostre imprese, per lo più di piccole e medie dimensioni, stanno affrontando non è certo delle migliori trovandosi con strutture non in grado di aggredire i mercati lontani e promettenti, con mancanza di liquidità per fare investimenti, per giunta senza la possibilità di accedere a una rete comune di conoscenze, con l'incapacità di relazionarsi con altre realtà per creare delle sinergie fondamentali e, in molti casi, con il dilemma del cambio generazionale in azienda.

Naturalmente a questo genere di difficoltà si aggiungono gli atavici problemi del nostro Sistema Paese (ammesso che esista). Tuttavia il futuro non si prevede, ma si prepara, e questo numero di INNOVARE ha l'obiettivo di tracciare delle rotte da seguire basandosi su due concetti fondamentali: sviluppo sostenibile e reti di impresa (quindi anche aggregazioni, filiere ecc.).

Perché sviluppo sostenibile? Perché le aziende devono cambiare il modo di ragionare e di organizzare la produzione in funzione di un mondo che è diverso da quello pre-crisi. Ciò significa che il valore delle cose da produrre prenderà una forma diversa da prima; esse dovranno valorizzare l'italico "saper fare" andando incontro alle esigenze di fondo della qualità della vita che riguardano la casa, la salute, i mezzi di trasporto ecc. che, come dice Enzo Rullani, professore ed economista, "non saranno più l'oggetto per creare valore ma diventeranno il significato dell'esperienza che si fa insieme a quell'oggetto".

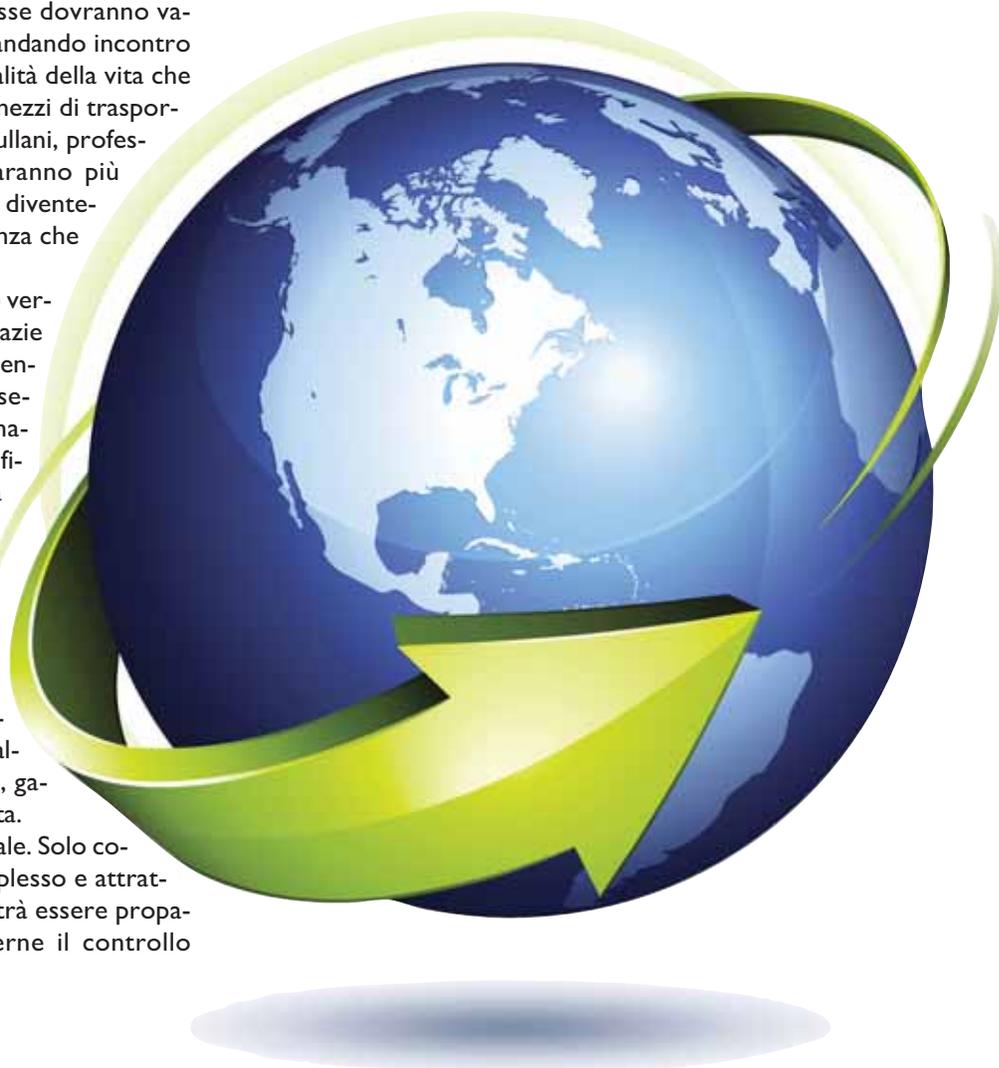
L'export e i mercati si spostano verso paesi sempre più lontani, grazie ai quali il mondo non è mediamente in crisi, e chi, giustamente, segue a fatica la logica dell'internazionalizzazione non è più identificato con il paese di origine. E da qui nasce il problema di oggi: riposizionare il sistema italiano. Per fare ciò occorre mettere in campo le nostre conoscenze, che sono la linfa vitale per produrre valore, generando nuove idee grazie all'aiuto delle nuove generazioni alle quali dobbiamo, per contro, garantire una formazione adeguata.

Creare reti è anche fondamentale. Solo così il prodotto sempre più complesso e attrattivo per l'utilizzatore finale potrà essere propagato nel mondo senza perderne il controllo

(quindi sempre riconoscibile), grazie a un collegamento virtuoso tra clienti e fornitori. Questo è un modo di agire intelligente.

A proposito di atteggiamenti intelligenti - perdonerete la presunzione - vogliamo segnalarvi che a partire da questo numero INNOVARE verrà stampato su carta certificata **FCS (Forest Stewardship Council)**, il principale meccanismo di garanzia sull'origine del legno o della carta. Si tratta di un sistema di certificazione internazionale che garantisce che la materia prima usata per realizzare un prodotto in legno o carta proviene da foreste dove sono rispettati dei rigorosi standard ambientali, sociali ed economici.

Fabio Chiavieri



Progetto “LaRete”

Apindustria Brescia capofila del progetto in collaborazione con Assocamuna, Università degli Studi di Brescia, S. Eventi Srl, Apiservizi Srl

a cura di
Apindustria Brescia

In un contesto di crisi economica che si protrae, ormai, da diversi anni, le imprese più dinamiche lavorano per individuare nuove strategie che permettano loro di diversificare mercati e prodotti. La realizzazione di queste strategie, però, viene spesso vanificata dalla carenza di risorse finanziarie, economiche, di prodotto, organizzative e manageriali. Da qui la necessità di individuare strumenti adeguati e concreti per superare tali criticità e valutare nuove opportunità. È in questa situazione che molte aziende, per accrescere le proprie capacità innovative e competitive, si orientano ad una collaborazione attraverso un contratto di rete che, seppur fra innegabili difficoltà, permette loro di collaborare e cooperare, in modo da supplire al deficit dimensionale, finanziario, organizzativo e di know how che troppo spesso limita le nostre PMI nella capacità di approccio al mercato locale e internazionale.

Tra le iniziative finanziarie a sostegno di queste azioni, “ERGON” - Programma promosso da Regione Lombardia, dal Ministero dello Sviluppo Economico e dal Sistema delle Camere di Commercio lombarde a favore delle aggregazioni tra imprese - ne è un esempio. A tal fine Apindustria Brescia ha aderito all’iniziativa “ERGON – Azione 2”, rivolta ai partenariati tra associazioni di categoria, operatori economici ed istituti universitari della Regione Lombardia, per lo sviluppo e la diffusione delle reti di impresa. Il progetto denominato “LaRete”, che vede Apindustria Brescia come capofila del partenariato in collaborazione con **Assocamuna, Università degli Studi di Brescia, Apiservizi ed S.Eventi**, si pone come obiettivo quello di sostenere la nascita e lo sviluppo delle reti nel mondo delle PMI sul territorio bresciano, permettendo il raggiungimento di alcuni obiettivi economici come l’apertura verso l’internazionalizzazione agendo su mercati comuni, o lo sviluppo



di progetti di condivisione e trasferimento tecnologico, progettazione, produzione e commercializzazione congiunta di prodotti e servizi specifici. L’attività prevista dal progetto riguarda un insieme di azioni fra loro coordinate e si rivolge in particolare al contesto delle PMI che poco o nulla utilizza questo strumento. Ad oggi tale opportunità è per lo più sfruttata dalle grandi imprese o dai gruppi industriali. È forte, quindi, l’esigenza di una azione di promozione di questa preziosa possibilità affinché divenga in concreto una opzione praticabile dalle PMI. Questo consistente universo di imprese non sempre è in grado, se lasciato a sé stesso, di farsi promotore ed artefice di un progetto di rete. È quindi essenziale un piano di attività non limitato a promuovere lo strumento in sé, ma che metta a disposizione competenze e risorse per accompagnare il tessuto economico fino alla vera e propria costituzione e validazione del contratto e del programma di rete. In funzione di ciò Apindustria ha iniziato la sua attività, nell’ambito del progetto “LaRete” dapprima sottoponendo un questionario, elaborato in collaborazione con l’Università degli Studi di Brescia, ad un campione di imprese del territorio per fare una prima analisi del tessuto economico bresciano; in seguito con una serie di incontri dedicati all’internazionalizzazione, all’innovazione tecnologica, al contratto di rete ed ai nuovi strumenti di finanza agevolata per sostenerne la creazione e diffusione, con l’obiettivo di sperimentare e, successivamente, monitorare l’attività di almeno tre contratti di rete e, infine, attivare un Osservatorio permanente delle reti d’impresa.



PREVINDAPI

La previdenza è una delle priorità che lo Stato italiano ha dovuto affrontare e risolvere. Le **numerose riforme introdotte** negli ultimi 20 anni hanno **profondamente modificato il sistema di calcolo dell'importo della pensione di base** (Inps):

I **motivi** che hanno determinato le riforme sono stati:

- l'adeguamento del vecchio sistema al progressivo aumento della durata della vita media (che determina l'allungamento del periodo di pagamento delle pensioni);
- il rallentamento della crescita economica e l'aumentato tasso di disoccupazione (che causano la riduzione dell'ammontare dei contributi necessari a pagare le pensioni).

Le principali modifiche sono state:

- l'innalzamento sia dell'età richiesta per andare in pensione e sia dell'anzianità contributiva minima;
- il progressivo passaggio per il calcolo della pensione dal sistema retributivo a quello contributivo per cui l'importo della pensione viene determinato dall'ammontare dei contributi versati durante la vita lavorativa e non più dalle ultime retribuzioni percepite. Ne consegue che la prestazione di base (pensione Inps), diminuirà progressivamente (anche sotto il 50%) rispetto all'ultima retribuzione percepita prima del pensionamento - cosiddetto "tasso di sostituzione".

Queste le ragioni principali per cui alla previdenza obbligatoria è stato affiancato il secondo pilastro del sistema: la previdenza complementare.

È quindi importante costruire una pensione complementare fin dall'inizio della carriera lavorativa; ritardare, anche di pochi anni, l'inizio dei versamenti integrativi significa ridurre l'ammontare della prestazione finale (pensione complementare), che servirà a contrastare l'impoverimento della pensione obbligatoria.

PREVINDAPI è il fondo pensione per dirigenti e quadri superiori della piccola e media industria costituito - fin dal 1990 - allo scopo di fornire prestazioni di natura previdenziale aggiuntive ai trattamenti pensionistici di legge, nell'interesse degli aventi diritto e senza alcun fine di lucro.

Destinatari del Fondo sono sia i dirigenti che i quadri superiori dipendenti delle Imprese che applicano il contratto collettivo nazionale di lavoro stipulato fra Confapi e Federmanager; è consentita l'iscrizione anche a dirigenti di Imprese che applicano un diverso contratto.

La pensione complementare Previndapi viene finanziata con i contributi del lavoratore, del datore di lavoro e col trattamento di fine rapporto (TFR), beneficiando delle agevolazioni fiscali previste per legge: i contributi versati al Previndapi (quota azienda + quota lavoratore + eventuale quota di contribuzione aggiuntiva e/o volontaria) sono deducibili dal reddito complessivo per un ammontare annuo non superiore ad € 5.164,57. La parte dei contributi versati - eccedente € 5.164,57 - che non ha fruito della deduzione, potrà essere comunicata dall'iscritto al Fondo, entro il 31 dicembre dell'anno successivo a quello in cui è stato effettuato il versamento, ovvero, se precedente, alla data in cui sorge il diritto alla prestazione, a titolo di "*quota di contribuzione non dedotta*". Conseguentemente, parte della prestazione riferita a tale quota non dedotta sarà esentata dalla tassazione al momento della liquidazione delle prestazioni.

La **gestione assicurativa** gestita da Previndapi offre tutele che altre forme di investimento non sono in grado di garantire: il **consolidamento delle prestazioni maturate** al 31 dicembre di ogni anno e la certezza di un rendimento minimo, ad oggi del 2,5%.

Il rendimento medio garantito negli ultimi 3 anni è stato del 3,82%. Un risultato che ha assicurato un forte e costante consolidamento delle prestazioni di ciascun iscritto, e che diventa ancor più significativo alla luce dell'andamento del mercato finanziario; estendendo ulteriormente l'analisi delle performance ottenute dal Fondo fino ad oggi, i dati evidenziano uno spread costantemente positivo rispetto alla rivalutazione del TFR di legge.

Le prestazioni pensionistiche individuali maturate sono commisurate ai contributi versati, ai rendimenti realizzati dalla gestione assicurativa e all'età anagrafica dell'iscritto.

Sul sito internet **www.previndapi.it** è possibile reperire chiarimenti sulle modalità di adesione, versamento della contribuzione, nota informativa e altri dettagli sull'operatività del Fondo.



**Come sarà il tuo domani
dipende dalle scelte di oggi.**

La **pensione integrativa Previndapi** è la scelta migliore per garantirti un domani più sicuro e un presente senza preoccupazioni. Previndapi è un Fondo senza fini di lucro, costituito nel 1990 da **Confapi-Federmanager** per gestire la previdenza integrativa di tutti i **dirigenti** delle piccole e medie imprese. E non solo. Con il rinnovo del c.c.n.l. dirigenti industria, dal 2011, Confapi e Federmanager hanno introdotto la nuova figura manageriale del “**quadro superiore**”: un ruolo strategico determinante, che pur non avendo riconosciuta la qualifica dirigenziale, svolge funzioni di elevata responsabilità nell’ambito dell’organizzazione aziendale. Dunque, che tu sia un dirigente o un quadro superiore, **fai la scelta giusta per il tuo futuro: chiama Previndapi.**

Per saperne di più: www.previndapi.it



PREVINDAPI
Fondo Pensione

QUANDO LO STATO TENDE LA MANO ALLE PMI

a cura di
Andrea Barolini

In Italia, secondo l'ISTAT, operano più di 63,5 imprese ogni mille abitanti: un valore stabile nel tempo e tra i più elevati d'Europa. La grandissima maggioranza di tali realtà è costituita da aziende di piccole e medie dimensioni. E tra queste, in particolare, le realtà "micro" - con meno di 10 addetti - sono più di 4,2 milioni, rappresentano il 95% del totale e occupano il 47% della forza lavoro complessiva del Paese, pari a 17 milioni di persone. Un altro 20% (circa 3,5 milioni) lavora nelle imprese considerate di piccole dimensioni (da 10 a 49 addetti) e il 12,2% (oltre 2,1 milioni) in quelle di taglia media (da 50 a 249 addetti). Soltanto 3.707 imprese (lo 0,08%) impiegano 250 addetti e più (assorbendo, tuttavia, il 21% dell'occupazione complessiva, ovvero circa 3,5 milioni di lavoratori). È del tutto evidente, perciò, che le Pmi costituiscono la spina dorsale dell'economia italiana. Eppure lo Stato

spesso non è al loro fianco: in molti casi il supporto ai piccoli imprenditori - sia in termini di aiuto in periodo di difficoltà, sia in termini di investimenti - è lasciato ad iniziative temporanee, locali e insufficienti.

Al contrario, altri Paesi hanno optato per soluzioni più durature, che hanno dato prova di funzionare anche in tempo di crisi. In Francia, ad esempio, opera dal 2005 un'impresa pubblica, Oséo, che si occupa proprio di finanziare le Pmi, con l'obiettivo di creare occupazione e crescita economica. Presente in modo capillare sul territorio transalpino (mille addetti in 37 direzioni regionali), la struttura rivendica un ruolo prettamente anti-ciclico: lo scopo è quello di far affluire finanziamenti alle imprese soprattutto in periodi di crisi, quando le banche chiudono i rubinetti, e i giri d'affari si contraggono.

Oséo interviene tramite sovvenzioni, pre-

Oséo si trasforma in Banca pubblica per gli investimenti

Lo scorso 17 ottobre, il governo francese ha deciso di creare una Banca pubblica per gli investimenti (BPI), che ingloberà Oséo, il Fondo strategico di investimenti e la Cassa depositi e prestiti (il presidente di quest'ultima, Jean Pierre Jouyet, sarà il numero uno del nuovo istituto). In tal modo il presidente Hollande punta a seguire le orme del modello tedesco di banca pubblica, la KfW, guardato con attenzione anche in Italia.

L'obiettivo ultimo della manovra è di creare un supporto stabile ed efficace per le piccole e medie imprese, non solo in termini di finanziamenti per l'avvio di nuove attività, bensì anche per quanto riguarda gli investimenti necessari per il successivo sviluppo di tali realtà. Per raggiungere tali risultati, la BPI sarà dotata di 42 miliardi di euro: 20 miliardi destinati ai prestiti, 10 per le garanzie, 10 per investimenti propri.



stiti, anticipi e fornendo garanzie bancarie. O, ancora, tramite un “Contratto di sviluppo partecipativo”, che consiste nell’erogazione di un finanziamento - fino ad un massimo di 3 milioni di euro, in funzione della singola situazione dell’impresa - per l’acquisto di beni mobiliari o immobiliari, per operare ristrutturazioni, per avviare programmi di formazione, per assumere nuovo personale o per sviluppare l’azienda all’estero. Solo tramite tale strumento sono stati concessi, nei primi sei mesi del 2012, 330,6 milioni di euro alle Pmi francesi (su un totale di 2,18 miliardi di euro di nuove erogazioni).

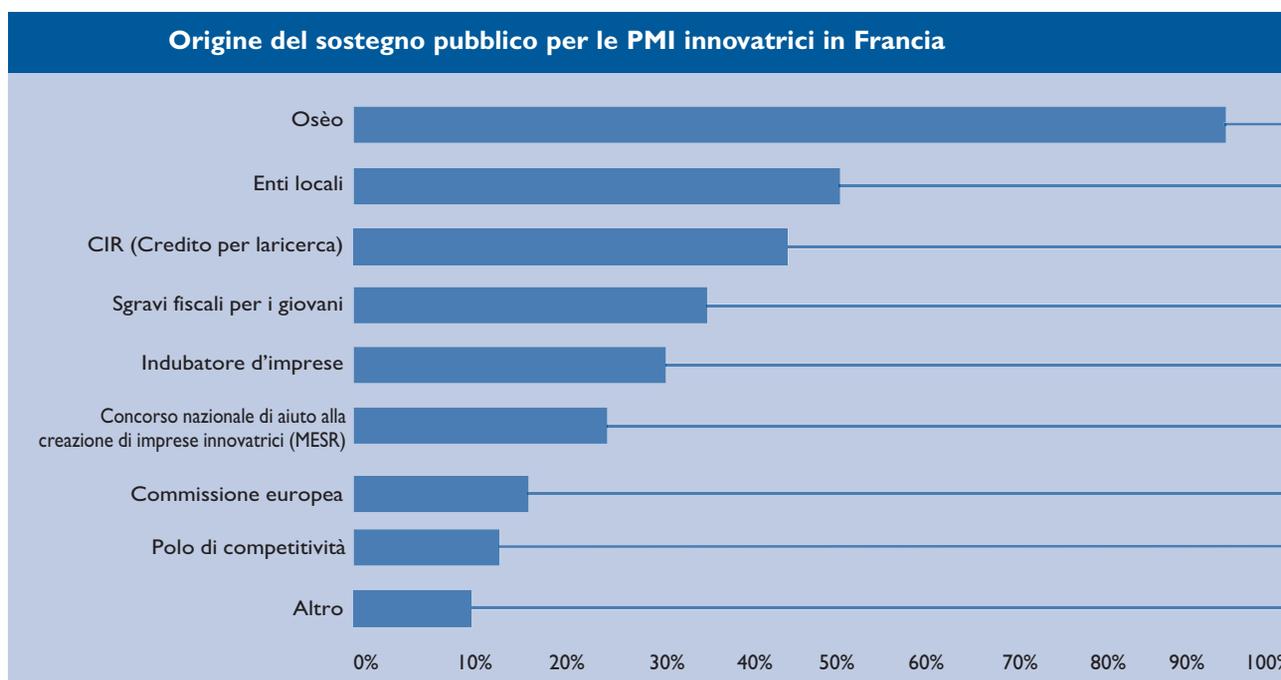
Per avere un’idea di quanto le Pmi francesi si siano state fino ad oggi appoggiate ad Oséo basti considerare che le erogazioni complessive, a vario titolo, sono arrivate a toccare, il 30 giugno del 2012, i 31,3 miliardi di euro. Grazie a tali capitali, lo Stato francese - rivendicava Oséo nel rapporto Plan de Relance - aveva evitato già nel mese di ottobre del 2009 (dunque in piena crisi) il fallimento di 2.725 imprese e il ridimensionamento in termini occupazionali di 1.558 di esse (complessivamente le imprese aiutate in un anno di piena crisi erano stata 5.297, che davano lavoro ad oltre 88 mila persone, vedi TABELLA).

Tabella - L’impatto di Oséo in tempo di crisi (2009)		
Motivo dell’intervento	Imprese coinvolte	Forza lavoro impiegata
Rischio di fallimento	2.725	34.455
Rischio di contrazione occupazionale	1.558	37.820
Altro	1.014	15949
Totale	5.297	88.224

Fonte: OSEO, Plan de Relance, ottobre 2009

Alla struttura pubblica, poi, è chiesta un’attenzione particolare per le imprese innovatrici. Si tratta delle cosiddette CEI (Création d’entreprises innovantes): a 8.215 di esse Oséo ha concesso 10.330 garanzie bancarie. Si tratta soprattutto di imprese che occupano tra i 10 e 199 dipendenti, attive in particolare nel settore industriale (agroalimentare escluso). Per loro l’istituto costituisce il principale punto di riferimento in termini di finanziamenti pubblici (vedi GRAFICO): a beneficiarne sono state soprattutto imprese impegnate nel campo delle biotecnologie (con una media di 1,2 milioni di euro ciascuna), dell’elettronica (531 mila euro), dell’ingegneria chimica (552 mila euro) e della multimedialità (465 mila euro). Anche così si costruisce il futuro di un’economia.

Fonte: rivista Valori - Marzo 2013



Nota per i grafici Nomi da inserire al posto di quelli francesi in ciascun istogramma, dall’alto in basso: Oséo, Enti locali, CIR (Credito per la ricerca), Sgravi fiscali per i giovani, Incubatore d’imprese, Concorso nazionale di aiuto alla creazione di imprese innovatrici (MESR), Commissione europea, Polo di competitività, Altro.

BRASILE: ECONOMIA DEL MIRACOLO

a cura di
Matteo Campari*

Il Brasile rappresenta, oggi e in proiezione futura, una delle realtà economico-finanziarie più rilevanti a livello mondiale, sia in termini di potenzialità del mercato interno che di attrazione degli investimenti dall'estero.

Diverse le opportunità per le aziende italiane, grazie ad un mix vincente di fattori, quali il comune retaggio culturale, storici legami economico-commerciali e l'alto livello di qualità, affidabilità e innovazione che l'export italiano è in grado di offrire in diversi settori.

Le recenti evoluzioni in campo demografico e del potere d'acquisto in Brasile stanno portando sul mercato milioni di nuovi consumatori, particolarmente attratti da trend e tendenze provenienti dal continente europeo e **sensibili al richiamo del fascino del design italiano**.

Particolarmente interessanti sono le opportunità nelle fasce più alte della moda e nel settore del lusso (anche "accessibile"), dove i marchi di punta italiani stanno sempre più prendendo piede.

Il commercio verso il Brasile risente ancora di diversi fattori potenzialmente limitanti, come le **barriere doganali**, che seppur diminuite negli ultimi anni, rappresentano un vincolo significativo in termini di costi e procedure. Tuttavia, sono le **complessità burocratiche**, al-

cune rigidità del mercato del lavoro e i tempi di realizzazione degli investimenti a "raffreddare" l'entusiasmo delle aziende italiane e degli operatori economico-finanziari verso le opportunità offerte dal vasto e crescente mercato brasiliano.

Le autorità brasiliane, se da un lato continuano a mantenere un atteggiamento protezionista nei confronti della produzione manifatturiera interna, sono sempre più impegnate a limitare gli ostacoli allo sviluppo delle attività economiche e ad attirare **investimenti dall'estero**, in ogni settore. Ancora limitanti, ma in rapida evoluzione e crescita sono gli aspetti legati alla logistica ed alla distribuzione.

Il governo brasiliano sta compiendo un notevole sforzo di ammodernamento della propria rete infrastrutturale, con ingenti risorse finanziarie messe a disposizione per i prossimi anni. Ciò non riguarda solo il settore dei trasporti, con l'ampliamento o la **creazione di porti, aeroporti, ferrovie e reti stradali**, ma anche la distribuzione dell'energia e dei servizi utili allo sviluppo delle attività economico-commerciali.

Grande attenzione è dedicata anche al miglioramento delle città, sia nelle grandi e storiche metropoli (San Paolo, Rio de Janeiro, Brasilia) sia nelle zone che hanno visto una rapida





crescita economico-sociale negli ultimi anni (come nel caso dell'area nord-orientale). Le previsioni positive circa la stabilità politica e macro economica del Paese per i prossimi anni, e la rapida evoluzione del contesto socio-economico interno rappresentano fattori che rafforzano l'attrattività del Brasile in termini di sviluppo del business, sia a livello di interscambio commerciale che di potenzialità per l'ampliamento degli investimenti diretti esteri.

La crisi non fa paura

Il 2013 sarà un anno decisivo per l'economia brasiliana. Il 2012 si è chiuso con una crescita del prodotto interno lordo di appena l'1%, ben al di sotto delle previsioni iniziali.

La colpa è da attribuirsi a minori investimenti stranieri nel Paese, ma anche della crisi europea e del rallentamento dell'economia cinese.

Ma per il 2013 le previsioni si annunciano

positive. Il Banco Central del Brasile ha infatti stimato una crescita del Pil del 3-4% per l'anno appena cominciato e addirittura del 4-5% per il 2014. A fornire la spinta all'economia in Brasile dovranno essere soprattutto gli investimenti pubblici e privati, grazie al taglio operato dal Banco Central sul Selic, il tasso di riferimento per gli interessi, abbassato al 7,25%, la soglia più bassa della storia brasiliana.

Il governo di Dilma Rousseff ha già annunciato per quest'anno un aumento degli investimenti da parte delle aziende statali e degli enti pubblici. Visto l'andamento del 2012, il governo ha già messo in campo negli ultimi mesi una serie di incentivi alle imprese, al settore ferroviario e aeroportuale, oltre ad una riduzione della tariffa dell'energia. Tutte misure che dovrebbero sortire i primi effetti già nei primi sei mesi del nuovo anno.

*Ufficio Estero e Studi CONFAPI VARESE

Brasile in Breve

Capitale: Brasilia

Lingua ufficiale: portoghese

Popolazione: 190.010.647

Moneta: real brasiliano (BRL)

Forma istituzionale: repubblica federale

Principali trattati sottoscritti con l'Italia

Convenzione tra la Repubblica italiana e la Repubblica federale del Brasile, per evitare le doppie imposizioni e prevenire le evasioni fiscali in materia di imposte sul reddito, con protocollo, firmata a Roma il 3 ottobre 1978, ratificata in Italia con legge n. 844 del 29 novembre 1980 (Suppl. Ord. alla G.U. del 15 dicembre 1980, n. 342). Accordo per la promozione e la protezione degli investimenti, firmato a Brasilia il 3 aprile 1995, ratificato in Italia con legge n. 593 del 5 novembre 1996 (Suppl. Ord. n. 205 alla G.U. n. 275 del 23 novembre 1996). Accordo per l'emigrazione, firmato a Roma il 9 dicembre 1960, ratificato in Italia con legge n. 509 del 2 marzo 1963, entrata in vigore il 19 marzo 1973, con effetto retroattivo a decorrere dal 26 febbraio 1965. Tale accordo, che disciplina gli aspetti contributivi del personale inviato all'estero, introduce una deroga al principio di territorialità dei contributi previdenziali e assistenziali prevedendo che gli stessi siano dovuti dal datore di lavoro all'Ente del paese di residenza del lavoratore, fermo restando il diritto alle prestazioni vantato dai medesimi lavoratori all'estero nei confronti del competente ente previdenziale estero.

I settori a valenza strategica per le PMI italiane

L'analisi dell'evoluzione del contesto politico, economico e sociale brasiliani, dello sviluppo del mercato interno e delle dinamiche di internazionalizzazione del Paese, permettono di evidenziare **diversi settori a valenza strategica per le PMI italiane:**

- componentistica per l'automotive (tessile, meccanica, plastica...) e per il settore aerospaziale;
- la meccanica strumentale (lavorazione metalli, estrazione e lavorazione dei minerali, lavorazione del legno, misurazione...);
- l'agribusiness, comprese le tecnologie in ambito alimentare (refrigerazione, packaging...) e i macchinari;
- prodotti chimici di base, fertilizzanti e composti azotati;
- materie plastiche e gomma sintetica in forme primarie;
- l'edilizia e le opere infrastrutturali (strade, porti, aeroporti, ferrovie, reti energetiche...);
- la farmaceutica e il settore sanitario;
- le subforniture per il settore energetico (energia elettrica e idrocarburi).

INDIA: UN MERCATO IN FORTE CRESCITA

Esportare “Made in Italy” dipende da noi

a cura di

Gabrio Manocchio e Giulia Fornara*

Da un lato la crisi economica italiana e la necessità di trovare nuovi mercati, dall'altro un'economia in crescita. È questo il caso dell'India, la più grande democrazia al mondo, con un valore medio del PIL intorno al 6,9 % previsto per l'anno finanziario 2013-2014. Secondo le previsioni, diventerà la terza potenza mondiale dopo USA e Cina da qui a trent'anni.

Ad oggi l'India conta circa 1 miliardo e 200 milioni di cittadini, di cui 350 milioni sono possibili clienti, in quanto appartenenti alla classe media. Tuttavia, le potenzialità dei consumi sono in costante aumento se si tiene conto del fatto che ogni anno più di 20 milioni di Indiani passano dalle classi povere a quelle benestanti. Infatti, sono proprio queste ultime a rendere i prodotti di consumo “made in Italy” sempre più apprezzati e ricercati nei settori dell'abbigliamento, dell'arredamento, dell'alimentazione e della moda.

Oltre ai diversi vantaggi per i rapporti commerciali, non mancano tuttavia elementi problematici.

Alla scarsità di infrastrutture, strade e vie di comunicazione, si aggiunge la discontinuità della fornitura di energia elettrica.

Per cercare di far fronte a tale situazione, il Paese sta costruendo centrali termoelettriche, idroelettriche, nucleari e altre basate su fonti di

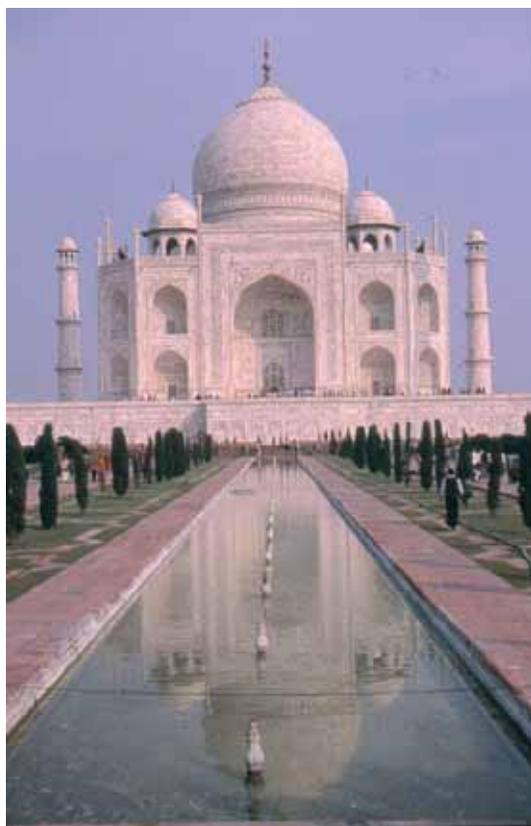
L'India in numeri

1 mld e 200 mln la popolazione

350 mln la classe media

20 mln le persone che ogni anno passano dalle classi povere a quelle benestanti, diventando possibili clienti

È un Paese pacifico e politicamente stabile, con il settore dei servizi altamente sviluppato, anche grazie ad una diffusa conoscenza della lingua inglese, ormai indispensabile nel mondo degli affari e con una solida base industriale, che offre mano d'opera qualificata a basso costo.



energia rinnovabili. Vi è anche la corruzione, purtroppo diffusa.

Negli ultimi vent'anni, per merito di una politica di apertura da parte dal governo, il commercio estero sta crescendo rapidamente: questo Paese sta diventando un importante mercato per i prodotti di consumo e per i macchinari italiani.

Da un lato si vede l'Italia, che esporta merci verso l'India in molti settori: meccanica strumentale 44,4%, metallurgica 11,3%, mezzi di trasporto 9,0%, prodotti chimici 7,6%, apparecchiature elettriche 4,4%, elettronica 4,4%, gomma, plastica e materiale da costruzione 3,9%, moda 3,7%, altro 11,3%. Inoltre, grandi gruppi italiani come Eni, Piaggio, Fiat, Luxottica, Merloni, Tecnimont, Pirelli, Italcementi, Perfetti, Van Melle, Carraro, STMicroelectronics, Generali, Ferrero, Lavazza, Monti, Zambon hanno già sostenuto investimenti per costruire insediamenti industriali e partecipare a joint ventures con gruppi industriali indiani.

Dall'altro, ci sono diversi gruppi industriali indiani che hanno fatto acquisizioni in Italia o sono presenti tramite J/V. Ricordiamo la Gammon, che ha acquistato la Franco Tosi di Legnano e la Sofinter di Gallarate (più conosciuta con i marchi Macchi, Ansaldo Caldaie, Itea, SWS, CCA e Europower); la Mahindra, che ha investito nella GRD di Torino e nella Metalcastello di Bologna; la ArcelorMittal con lo Stabilimento Magona di Piombino; la Batra con la Fila; la Videocon con

la Videocolor di Anagni; la SKNW con la Tessitura di Leggiuno; la Himatsingka Seide con la Giuseppe Bellora di Fagnano Olona; la Newco-Cot con la Manifattura di Legnano.

Gli Indiani sono partner affidabili, molto rispettosi e caratterizzati da una grande etica: una volta aperte le trattative prestano sempre attenzione a non danneggiare i prodotti altrui.

Come presupposti assolutamente imprescindibili per una business relation duratura e proficua con gli Indiani, vi sono la comprensione della loro cultura e il rispetto dei loro costumi. A tal fine, le aziende italiane di grandi dimensioni hanno la possibilità di dislocare parte del proprio organico in loco, mentre quelle medio-piccole, al contrario, non hanno tale disponibilità né a livello finanziario né a livello di risorse umane. Rischiano così di incorrere nell'errore più grande, ovvero quello di muoversi senza conoscere e senza avere contatti diretti sul luogo. Ecco che si inserisce l'Osservatorio India come mediatore tra queste PMI e la realtà Indiana, avendo consolidati rapporti commerciali e culturali su quel territorio.

Osservatorio India - LIUC (Indian Cooperation Unit - I.C.U.)

Questa iniziativa iniziò quando, tre anni fa, su richiesta del precedente Console Generale indiano sig. Chakravarti, l'Università Carlo Cattaneo - LIUC (Castellanza, VA) organizzò un corso in lingua inglese sull'economia indiana: India



in the World Economy. Due anni dopo, l'attuale Console Generale sig. Verma incoraggiò nella stessa Università la creazione di un centro di cooperazione economica tra aziende Italiane ed Indiane, a cui si diede il nome di Osservatorio India (in inglese Indian Cooperation Unit – I.C.U.), che ad oggi si pone come obiettivo accademico lo scambio di studenti tra i due Paesi e l'organizzazione di corsi di formazione per gli Italiani che dovessero recarsi in India per i motivi di lavoro.

I servizi che offre sono prevalentemente rivolti al match making tra PMI italiane ed indiane. Non si limita solo alla trasmissione di informazioni generali e specifiche sul Paese, ma si oc-

cupa soprattutto di ricerche di partner e di prodotto-mercato.

Il punto di forza di questa struttura è il sostegno derivante dall'Università, in quanto permette di minimizzare i costi di gestione fornendo le risorse materiali ed il capitale umano necessario per perseguire le proprie finalità. Gestito da studenti di diverse facoltà, l'Osservatorio vede il prof. Rodolfo Helg, Direttore della Scuola di Economia e Management, come Direttore, mentre il prof. indiano Narinder Sharma, docente alla Scuola d'Ingegneria, come Segretario Generale.

Nell'ultimo anno, grazie al veicolo dell'Università, numerosi sono stati gli eventi che hanno visto la partecipazione dell'Osservatorio India, a partire da febbraio, con PlastIndia 2012. Tenuta a New Delhi ogni tre anni, è uno dei principali eventi del Sud-Est asiatico per l'industria delle materie plastiche. Il prof. Sharma ha accompagnato le aziende italiane associate di ASSOCOMAPLAST (Associazione nazionale costruttori di macchine e stampi per materie plastiche e gomma) nel corso delle trattative, organizzando incontri B2B con gli imprenditori locali e promuovendo l'industria italiana del settore. Inoltre, in questa occasione sono stati invitati gli operatori indiani a Plast 2012, Salone Internazionale svoltosi in maggio presso Fiera Milano-Rho ed organizzato dalla sopracitata Associazione. Grazie all'Osservatorio India, si è potuto realizzare un ulteriore momento di incontro tra gli imprenditori delle due naziona-

I servizi offerti

- match making tra PMI italiane ed indiane
- ricerche di partner
- ricerche di prodotto-mercato
- corsi di formazione, convegni, seminari
- license or agency agreement, joint venture
- avvio di uffici vendite in India
- protezione di brand e brevetti





lità, dove le possibilità di business tra i due Paesi sono state evidenziate da un intervento del prof. Sharma.

Un altro evento importante, organizzato in collaborazione con l'Università Carlo Cattaneo e il Rotary Club La Malpensa, è stato un confronto economico-culturale, focalizzato sulla sensibilizzazione della realtà locale piuttosto che nazionale.

A Italia-India hanno infatti partecipato 150 imprenditori del Varesotto, a cui è stata presentata l'India come nuova potenza economica. Per aprire il confronto con la mentalità indiana ed avvicinare i due mondi culturalmente diversi, al termine della conferenza si è voluto intrattenere gli ospiti con una cena indiana.

A dimostrazione dell'importanza che il legame con la tradizione riveste per i business man indiani, la serata è stata accompagnata da brani musicali e danze indiane, eseguite da un gruppo di artisti provenienti da entrambi i Paesi.

L'ultimo evento a cui l'Osservatorio India ha partecipato per promuovere la sua attività di punto di incontro tra le PMI italiane ed indiane è stato Bi-Mu 2012, fiera biennale dedicata a macchine utensili, robot e automazioni, che già da diversi anni si è classificata a livello mondiale

come uno dei massimi appuntamenti nel settore.

Ecco quindi come l'Osservatorio risponde al fabbisogno di ricerca, sviluppo ed innovazione delle imprese italiane che intendono affrontare la realtà indiana.

Si configura come uno sportello iniziale di consulenza che, dopo un colloquio preliminare per individuarne le esigenze commerciali, le indirizza verso le strutture più adatte alle singole esigenze. Questo è reso anche possibile dalla conoscenza che il prof. Sharma può vantare del mercato indiano, ma soprattutto dei numerosi contatti con le imprese e con le istituzioni del suo Paese d'origine.

A ben vedere l'India potrebbe non solo essere un mercato di consumo, ma si configurerebbe anche come un punto di riferimento per la fornitura di semilavorati e di singoli componenti. In questa ipotesi, i costi per la realizzazione di prodotti di buona qualità, attualmente elevati perché basati su alte tecnologie, si vedrebbero notevolmente diminuiti.

Gabrio Manocchio, Giulia Fornara

* JELiuc

PRESTAZIONI ASSISTENZIALI.

SIAMO NATI PER GARANTIRLE E ABBIAMO LAVORATO PER FARLO SEMPRE MEGLIO.

LA VASCHETTA...

ovvero l'export non occasionale

a cura di
Flavio Gualdoni*

Dobbiamo ammettere che la forza del Bel Paese non è mai stata nei suoi muscoli imprenditoriali ed economici (da sempre assai opinabili), ma nella nostra indiscutibile e riconosciuta capacità di saper usare cervello e inventiva. Inventiva nel progettare, nel produrre e ... vorrei scrivere anche "nel vendere", ma proprio non possiamo dirlo: quando si tratta di esportare l'inventiva diventa latitante.

Nella crisi generale l'unico indicatore che sembra dare qualche segno di vita è proprio l'export, che accende tenui speranze di ripresa ma che propone nuove dinamiche rispetto al passa-

to. Una per tutte, la Germania non traina più le nostre esportazioni (da sempre funzionava "alimenti e abbigliamento contro automobili") e questo obbliga a guardare anche altrove molte aziende che si adagiavano sulla sicurezza di questo sbocco commerciale.

Ogni modifica delle modalità dell'export fa rinascere, puntuale, il dubbio di molti piccoli imprenditori: «*perché gli altri esportano e io non ci riesco?*». La risposta in fondo non è poi così difficile: «*perché loro ci hanno creduto veramente, ci hanno lavorato e non si sono scoraggiati*».





Quando la competizione si fa più dura, il maggior problema di molti sta proprio nel dedicare alle vendite lo stesso impegno e la stessa genialità che vengono profusi nel progettare e produrre. Dati alla mano, le aziende che dimostrano di saper mantenere rapporti continui e prolungati con interlocutori stranieri sono percentualmente molto poche, il che fa pensare che esista proprio una “lacuna di fondo” nelle nostre PMI o magari persino nell’intero sistema Paese.

Qualche anno fa la forza dei distretti produttivi mascherava questa lacuna grazie al sostegno reciproco che era implicito nella rete delle imprese. Il distretto, oggi solo un ricordo, ha sempre compensato le carenze del singolo verso l’estero, generando occasioni di esportazione con passaparola, fiere, workshop, missioni di contatto, ICE, Camere di Commercio, Associazioni eccetera, eccetera, eccetera.

Rituali che si sono ripetuti invariati per anni. Talvolta funzionavano anche, come la pallina da ping pong che, dopo aver saltellato un po’ sui bordi delle vaschette, si decide finalmente ad entrare e fa vincere il pesciolino rosso alla fiera.

In tempi di crescita della domanda, questi strumenti andavano ad aggiungere un “bonus” ai fatturati di un mercato interno che, da solo,

sosteneva l’Impresa. Esportare spesso non era vitale allora e per molti si riduceva a vendite in Francia, Germania o Svizzera.

Purtroppo questa relativa facilità ha anche diffuso l’assurdo convincimento che basti trovare un “buon contatto nel Paese obiettivo” – sia esso agente, importatore, consulente o procacciatore locale – per aprire un mercato. Idea falsa, che travisa completamente le potenzialità e il corretto utilizzo di molti strumenti a disposizione (Camere di Commercio, ICE, Associazioni ecc.). Molti ancora credono che l’ICE o la Camera di Commercio servano a “farmi trovare il mio uomo in quel Paese”, poi al resto penserà la qualità del mio prodotto.

Errore grave e costoso.

Aprire occasionalmente oppure saper mantenere e sviluppare nel tempo un mercato richiedono capacità molto diverse. Oggi la necessità di cambiare radicalmente mentalità è fondamentale e, inoltre - perché nascondere? - è anche resa obbligatoria dal fatto che si è ormai esaurito quel tesoretto di fondi di varia natura e origine (ma pur sempre riconducibili alle tasche di noi tutti) che in passato ha permesso a singole associazioni territoriali o di settore, a livello provinciale e persino locale, di “fare internazio-

SOSTEGNO AL REDDITO.

DA QUEST’ANNO, DIRIGENTI E QUADRI
SUPERIORI INVOLONTARIAMENTE
DISOCCUPATI POSSONO CONTARE
SU DI LUI. E SU DI NOI.

nalizzazione” con azioni e missioni di contatto talvolta duplicate, spesso approssimative e inutili, quasi sempre improduttive.

La vitalità creativa e il guizzo geniale che da secoli proteggono noi italiani sembrano scomparire non appena si passa la frontiera, mentre la nostra autoreferenza nel giudicare le caratteristiche dei mercati altrui tocca picchi di stupefacente superficialità.

Sventolare la bandiera del “made in Italy”, tanto cara ai nostri politici ma che è ormai vincente solo per pochissime produzioni, non assicura per nulla che il nostro prodotto sarà ben accolto dai mercati e che la sua sola qualità avrà ragione del processo di sgretolamento dell’immagine italiana all’estero che è in atto da tempo sotto i nostri occhi.

La forza eccessiva dell’Euro e una politica inconcludente, poi, non devono diventare il comodo paravento per velare i nostri difetti. Se ci limitiamo a lanciare la pallina verso la vaschetta del pesce rosso nella speranza di incappare in quel contatto “risolutivo” che potrà aprirci mirabolanti orizzonti di vendite, non sarà un Euro debole o un Euro forte a segnare i destini delle esportazioni della nostra azienda.

L’imprenditore deve convincersi a divenire parte attiva della propria internazionalizzazione e rigettare il ruolo di “gregario pagante” di azioni di promozione collettiva che troppe volte sono state organizzate da esperti che mai, in tutta la loro carriera, hanno venduto “sul campo” null’altro che se stessi all’interno delle loro organizzazioni di appartenenza.

Siamo alle solite: se non ci organizziamo da noi non ci organizzerà nessuno.

Sin qui le debolezze, ma quali possono essere i punti di forza sui quali far leva?

Soprattutto la costanza e la pazienza.

Nonostante tutto resiste ancora, all’estero, una percezione altamente positiva del nostro

“saper fare” e della nostra ineguagliabile capacità di nobilitare anche il più banale dei prodotti con materiali, tecniche e senso estetico. Una scarpa è una scarpa, un tornio è un tornio, una tenda è una tenda. Ma una calzatura, un macchinario o un arredamento “italiani” all’estero significano ancora molto. Puntualizziamo meglio: “made in Italy” è un concetto un po’ diverso; qui il nostro accento deve andare sull’idea di “pensato, industrializzato e prodotto da cervelli e un’azienda italiani”. Questo è un valore solido e riconosciuto.

Il rispetto degli altri per il nostro “saper fare” è ancora molto vitale, ma si esaurirà presto se resterà senza cure. Per mettere a reddito questo patrimonio, dovremo inevitabilmente investire tempo e denaro ad ogni livello: sia da parte del “sistema Paese” (ma di chi stiamo parlando?) sia, e soprattutto, da parte della singola impresa.

Dobbiamo assolutamente vincere la tentazione di abbandonarci e seguire il destino per causa della crisi. Solo pochi anni fa si sentiva dire “no, lì non ci vado, perché mi copierebbero” e a nulla valeva ricordare che l’unica difesa contro il plagio è quella di aprire al mercato un prodotto quando già ne stiamo preparando l’evoluzione. In quel momento si persero moltissime occasioni di export, da parte di imprenditori che oggi in molti casi farebbero immediatamente una Joint Venture con chi allora “copiava”.

«Prodotti attrattivi devono essere resi disponibili in località adeguate e in quantità opportune ... è una questione di capacità operative, gestionali e logistiche, con una particolare attenzione alla gestione del tempo»¹.

Già, il tempo.

Forse la peggiore tra le abitudini è quella di ritenere che il tempo necessario per aprire un mercato debba essere breve, sicuramente inferiore al tempo di progetto e realizzazione del prodotto. Si tratta di una eredità storica delle vendite “in fiera” di un tempo: mostro il mio prodotto, piace, vendo. Purtroppo non funziona così. Si tratta anche, purtroppo, di ansia di risultato dovuta al fatto che l’export è preso in considerazione come ultima risorsa, quando l’ossigeno incomincia a mancare.

Esportare nasce da un progetto. Mi informo, scelgo il mercato obiettivo, lo studio, lo frequento, seleziono il partner, ne verifico le capacità reali e infine, insieme a lui, progettiamo l’approccio al mercato. Dobbiamo estendere il verbo “progettare” anche alle vendite, soprattutto se la nostra impresa non è grande.

Tante le domande:

Il mio prodotto è adatto?

Capisco la realtà dell’interlocutore?

Ho ben chiari le barriere, i dazi, gli obblighi burocratici?

La mia documentazione promozionale e tec-



nica “funziona” per quel Paese?

Progettare, stando ben attenti a diffidare di Falsi profeti che riducono tutto a un problema di marketing “cross culturale”. Conoscere l’etichetta di come ci si comporta in un Paese non fa vendere, usare costanza e inventiva sì. Insoddisfatta dei risultati nell’area del Medio Oriente una notissima azienda friulana produttrice di sistemi di climatizzazione due anni fa decise di modificare completamente l’approccio. Rivolgendosi a un esperto dell’area, dopo una serie di incontri e sopralluoghi dai risultati frustranti, decise di “uscire dai sentieri tracciati” e di non rivolgersi più al settore degli impiantisti, saturo da anni di grandi nomi. Si cercò invece l’accordo con un costruttore edile di grande successo, creandogli la “sua linea” per i “suoi grattacieli”. Fu un processo non semplice, ma funzionò, consentendo di penetrare una fortezza competitiva altrimenti impenetrabile. Oggi in free zone esiste una Joint Venture tra l’azienda e il costruttore locale e il successo di quest’ultimo si è dimostrato trainante anche al di fuori degli Emirati, in Qatar, India e Kazakistan. Dubai è una delle capitali mondiali dei grandi alberghi di lusso.

Per fornitori di arredamento esso è un sogno ma, perso lo slancio degli anni iniziali, difficil-

mente c’è speranza di “entrare nel giro”, saldamente presidiato da chi ha saputo investire in passato. Per chi ha aspettato troppo, trovare l’importatore “magico” è un’illusione, aprire una sede è costoso, avere un dipendente locale è solo fonte di amarezze. Discorso chiuso?

Ancora una volta cultori di “marketing creativo” hanno realizzato il sogno. Accettando di abbandonare le “vie solite”, alcuni piccoli imprenditori, in qualche caso pazientando anche tre anni, hanno atteso che si sviluppasse localmente, con il loro supporto di idee, un centro di design e arredo che mantenesse relazioni commerciali strette e privilegiate per loro. Cresciuto quasi dal nulla, oggi lo studio di design negli Emirati è arrivato a fornire arredi e complementi (tutti italiani) per l’ufficio del Primo Ministro; sta lavorando all’ufficio personale del Sovrano e, tra i tanti progetti di prestigio, fornisce arredi da esterno alla “Vela” e alle più rinomate catene alberghiere del Medio Oriente.

Un’idea condivisa, un consulente, una realtà locale nello sfondo; lavoro, fiducia e pazienza ad alimentare il tutto. In sostanza: un buon progetto.

Flavio Gualdoni
*3Points Brokers

NOTE:

¹ L. Pastore, “Dal Caos al Cosmo”, Marte Edizioni, Varese 2012, pag 110

ASSISTENZA SANITARIA INTEGRATIVA.

PER RASSICURARE TUTTI I MANAGER
D’IMPRESA, TUTELIAMO ANCHE
LE LORO FAMIGLIE.

INNOVAZIONI ASSICURATIVE L'ITALIA E L'EUROPA

a cura di
Massimo Maisetti

Il settore assicurativo ha subito nel corso dell'anno 2012 una serie di cambiamenti dovuti a nuove normative ⁽¹⁾, in particolare al Decreto Crescita Bis, volto "a favorire il superamento dell'attuale segmentazione del mercato assicurativo ed accrescere il grado di libertà dei diversi operatori".

È consentita la collaborazione tra assicuratori intermediari, ma il cliente dovrà essere debitamente informato del ruolo da loro svolto e, nel caso subisse danni, ne risponderanno in solido. L'IVASS (Istituto per la Vigilanza sulle Assicurazioni) è in grado di garantire sempre una adeguata informativa. La collaborazione reciproca vale anche per gli intermediari stranieri autorizzati dal RUI (Registro Unico degli Intermediari assicurativi e riassicurativi).

Su questo tema il 4 aprile, ACB, Associazione di Categoria Brokers di Assicurazioni e Riassicurazioni, che raggruppa 400 società di brokeraggio a livello nazionale, attiva dal 1995, ha orga-

nizzato a Milano presso il Centro Congressi Palazzo Stelline, il Workshop "Decreto Crescita Bis e Novità Normative".

Con il saluto iniziale, il Presidente di ACB Luigi Viganotti ha introdotto i lavori preannunciando l'obiettivo del Workshop: «Analizzare le evoluzioni che si stanno osservando nel mercato assicurativo nazionale ed europeo, oltre che aggiornare e mantenere le conoscenze teoriche, le capacità tecniche e operative per tutti coloro che svolgono l'attività di intermediazione assicurativa».

Il programma prevedeva gli interventi di diversi relatori tra cui, l'avvocato Carlo Galantini, l'avvocato Andrea Maura, l'avvocato Fatima Mertad e il dottor Alessandro De Besi, in qualità di rappresentante del Bipar.

Durante i lavori del Workshop, l'Avv. Carlo Galantini ha affrontato il tema delle nuove normative chiarendo i profili e gli sviluppi della collaborazione tra intermediari, non escludendo i rischi ma sottolineandone soprattutto i vantaggi.



Rileva che «Le banche potranno vendere prodotti non standardizzati mediante la presenza presso gli sportelli bancari di broker anziché solo di agenti. La collaborazione di intermediari potrà impiegare il modello di business costituito dal franchising anche nella distribuzione assicurativa e permettere una piena collaborazione tra i broker dei paesi europei».

Dovrà essere curata la trasparenza della collaborazione. Entrambi i broker comunicheranno i dati della commissione ricevuta e risponderanno di eventuali danni derivati al cliente nel caso di inadempimento del proprio mandato.

Altra novità nel contesto delle misure di liberalizzazione del settore, è quella del “Contratto Base” di assicurazione RC auto e natanti, con l'esclusione del tacito rinnovo (2). Lo scopo è quello di favorire una scelta contrattuale più consapevole da parte dell'Assicurato.

L'Avv. Andrea Maura ha elencato i requisiti del contratto base: «Contenere le clausole necessarie all'adempimento degli obblighi di legge, essere articolato secondo classi di merito e tipologie dell'assicurato, definire i casi di riduzione del premio e di ampliamento della copertura. Ogni compagnia determina liberamente il prezzo complessivo annuo, ferma restando l'evidenza delle sin-

gole voci di costo fornendo clausole e ulteriori garanzie aggiuntive».

La nuova formula contrattuale prevede un massimale minimo di 5 milioni di euro per sinistro con limite di 1 milione di euro per i danni a persone o cose, nessuna franchigia, copertura completa basata sulla tariffa Bonus Malus, guida libera, rivalse limitate da parte delle Compagnie nei confronti degli assicurati solo nei casi più gravi: o di allarme sociale, quali la guida in stato di ebbrezza o per effetto di stupefacenti.

Un'altra nuova Direttiva Europea riguarda la proposta di revisione della IMD II (Direttiva sull'Intermediazione Assicurativa), seguita alle verifiche effettuate dalla Commissione europea riguardo alla crisi finanziaria.

È necessaria una maggiore tutela dei consumatori e l'armonizzazione con la normativa finanziaria, in particolare con il MiFID II (Direttiva sul mercato degli strumenti finanziari) e con i PRIIPs (Regolamento su Prodotti d'Investimento Preassemblari). Ma l'iter programmato per il contesto normativo futuro prevede: il 27 maggio la lettura unica in Commissione, il 2 luglio la seduta plenaria, lettura unica, entro fine d'anno l'approvazione, l'entrata in vigore il 2015 con un periodo transitorio di 5 anni.

RESPONSABILITÀ CIVILE.

TUTTI I RUOLI STRATEGICI
COMPORTANO GRANDI RESPONSABILITÀ.
DAL 2010, NOI LI AIUTIAMO
A SOSTENERLE.

L'Avv. Fatima Mertad, dopo un accenno iniziale alle "luci ed ombre nel mercato italiano", ha poi proposto un quesito: «*Gli obiettivi posti dalla Direttiva si conciliano con i bisogni del mercato italiano ed in particolare con quelli degli intermediari assicurativi?*». La risposta è immediata e condivisa: «Il quadro normativo italiano applicabile alla intermediazione assicurativa è uno dei più stringenti e rigorosi, posto proprio a tutela dell'interesse primario pubblico a tutela del consumatore. Il legislatore italiano e l'IVSS (Istituto per la Vigilanza sulle Assicurazioni) sono andati oltre i livelli minimi degli standard auspicati dal legislatore europeo, introducendo degli obblighi assai stringenti con conseguenti oneri e costi a carico della categoria degli intermediari assicurativi: vedasi gli obblighi di formazione professionale continua, gli obblighi di informazione precontrattuale da dare al consumatore...

In merito poi agli altri obiettivi posti dalla nuova Direttiva, sono stati recepiti anzitempo del legislatore italiano e dall'IVSS, i quali hanno cercato di dare una risposta forse alla richiesta di mag-

giore tutela del consumatore... Favorire l'attività transfrontaliera degli intermediari ed una concorrenza più qualificata tra gli intermediari europei potrebbe rappresentare una ulteriore opportunità di sviluppo del business degli intermediari assicurativi italiani, sempre che siano pronti a rilevare tale sfida.

Riguardo alla Normativa Europea sull'Intermediazione è intervenuto il Dott. Alessandro De Besi, rappresentante del Bipar (Federazione europea degli intermediari assicurativi). Ha elencato 18 Direttive fermando l'attenzione sulla IMD II: «*Si tratta di una revisione della IMD al fine di migliorare le regole applicative e la protezione dei consumatori, ampliare il campo di applicazione della precedente IMD I a tutti i canali di distribuzione, identificare, gestire e mitigare i conflitti di interesse, accrescere il livello di armonizzazione di sanzioni e misure amministrative, migliorare l'adeguatezza e l'obiettività della consulenza, semplificare e armonizzare la procedura di iscrizione transfrontaliera ai mercati assicurativi in tutta l'Unione Europea*». Quanto al Bipar: «*La IMD è applicabile a tutti gli operatori. Deve esserci parità di condizioni tra gli intermediari e gli assicuratori che vendono direttamente i loro prodotti. Dovrebbero essere applicabili regole d'informazioni, formazione e condotta comparabili per garantire parità di condizioni, oltre che regole di comportamento nelle attività transfrontaliere...*»

L'obiettivo è stato raggiunto. Ed è l'inizio di un percorso ideato e organizzato dall'ACB con "L'Officina del Sapere", una Scuola di Formazione che intende affrontare le sfide del mondo assicurativo creando figure professionali sempre più preparate per rispondere alle necessità odierne. Insegnare e diffondere cultura è un nuovo modo di concepire il mondo assicurativo, iniziando da una cultura organizzativa aziendale, non tralasciando però di sottolineare l'importanza della persona e del consumatore.

È un'innovazione da riprendere e approfondire.

Massimo Maisetti

NOTE:

(1) Cfr. legge 17/12/2012 n.221 con modifiche del decreto legge 18/10/2012 n.179, con ulteriori misure urgenti per la crescita del Paese.

(2) Ai sensi dell'art.22 comma 3 del Decreto Crescita 2.0 è fatto obbligo alle Compagnie di comunicare per iscritto ai contraenti l'inefficacia delle clausole di tacito rinnovo.

In deroga all'art.1899 del Codice Civile, la nuova norma prevede che la polizza RCA non abbia una durata superiore all'anno e non sia tacitamente rinnovabile. La Compagnia Assicuratrice deve avvisare il Contraente con un preavviso di almeno 30 giorni dalla scadenza del contratto, restando operante la garanzia prestata fino e non oltre il quindicesimo giorno.



IL FONDO FASDAPI HA ESTESO LE PROPRIE GARANZIE, PER ARRIVARE ANCHE A TE.



SE SEI DIRIGENTE, QUADRO SUPERIORE O AMMINISTRATORE, FASDAPI TUTELA IL TUO FUTURO CON UNA COPERTURA DAVVERO INTEGRALE.

Grazie all'estensione delle proprie coperture alle **prestazioni assistenziali**, alla **responsabilità civile e penale**, all'**assistenza sanitaria integrativa** – per l'intero nucleo familiare – e al **welfare per i manager involontariamente disoccupati**, oggi Fasdapi rappresenta una garanzia assoluta per l'intera classe manageriale. E per le loro imprese, che possono contare sui vantaggi economici della contrattazione collettiva, su un valido supporto pratico e sulla copertura totale di qualsiasi evento legato all'attività professionale e non. Oggi. E nel prossimo futuro. Per saperne di più: www.fasdapi.it

 **FASDAPI**
Fondo di Assistenza e Solidarietà
Dirigenti e Quadri Superiori industria
La nostra unione fa la tua forza.

L'INNOVAZIONE CONTRO L'INIQUITÀ

a cura di
Luigi Pastore

Un nuovo paradigma pare farsi largo tra le pieghe della crisi ed evidenzia un trend definito. Infatti la crescita dirompente e sempre più accessibile a tutti delle nuove tecnologie, potrà alimentare il "capitalismo sociale", quello di un mercato veramente aperto che potrà essere dominato dal 99% dei cittadini-consumatori e che tenterà di imporre regole diverse, all'1% degli straricchi, per una redistribuzione più equa del denaro e delle altre risorse.

Il nuovo percorso di crescita e controllo dei mercati sarà sempre più marcato dall'impiego e dalla diffusione delle tecnologie sociali, integrate strettamente con la velocizzazione della rete.

Tutto ciò come antidoto alla plutonomia (i

ricchi che fanno le leggi) e alla dicotomia crescente che sta caratterizzando sempre più lo scenario globale: da un lato la concentrazione massiccia della ricchezza e del potere in mani sempre più ridotte e sempre meno qualificate (circa l'1% della popolazione); dall'altro la stragrande maggioranza dei cittadini (oltre il 99%) costretta ad una costante riduzione del reddito e a rischio di ritorno alla povertà.

Questa maggioranza, però, sarà sempre più numerosa, competente, combattiva e consapevole dei suoi diritti e grazie all'utilizzo dei social network, interconnessa costantemente e non più disponibile a subire passivamente la volontà di un'esigua minoranza privilegiata.



Le nuove formule di collaborazione digitale, rese possibili dalla crescente diffusione dei “social” e delle “community”, permetteranno agli esclusi di dare voce al loro dissenso e di dare sostanza a forme di protesta e lotta che costringeranno la classe dirigente ed i manager delle aziende più importanti, a confrontarsi su nuovi modelli di relazione sociale, più aperta e sostenibile.

Questa conflittualità potrà determinare sbocchi innovativi nel rapporto gestionale, con conseguenti mutamenti negli orientamenti organizzativi, sia degli Stati che delle imprese, ponendo un freno alla dilatazione delle iniquità.

Infatti il potere aggregante e cooperante della rete condivisa, supererà il dentro/fuori l'azienda e i confini fisici, potrà mettere in discussione comunicazioni manipolanti e permetterà il controllo del valore dei prodotti e delle proposte economiche formulate, grazie a saperi interattivi in grado di analizzare e valutare modelli di business, in modo sempre più rapido ed efficace.

Le ricadute sulle aziende potranno determinare il superamento del tradizionale modello organizzativo funzionale e gerarchico, per lasciare spazio a formule più contratte e responsabilizzati (empowered, con merito e maturità, piuttosto che appartenenza e relazione)

I commenti e i giudizi che emergeranno dalle community avranno impatti sul “decision making”, consentendo a tutti coloro che saranno in contatto con le organizzazioni, di fornire input, suggerimenti, critiche e stroncature su quanto proposto.

In questo modo chi governa gli Stati e le imprese, avrà la possibilità, in tempo reale, di verificare l'impatto delle decisioni su coloro che dovranno subirle, ricevendone feedback dei quali non potrà non tenere conto.

Sarà la rivoluzione del 99% che non si limiterà più a protestare o polemizzare, ma potrà proporre ed influire sulle scelte, verificando costantemente e partecipando attivamente alle decisioni democratiche, non solo in modo delegato e/o rappresentativo.

Queste formule di democrazia diretta e partecipata, sono già una realtà che potrà ulteriormente svilupparsi solo con una effettiva distribuzione e condivisione di tecnologie avanzate, che avranno a fondamento la maggior diffusione di conoscenze tra i cittadini.

In un Mondo sempre più piccolo, interconnesso ed affollato, questa sorta di grande “IO Comunitario” locale e globale insieme, fornirà all'umanità l'occasione di formalizzare processi di democrazia diretta, partecipata e controllante, in grado realmente di focalizzare le reali esigenze del Pianeta, sottraendosi al “gioco di specchi” che ceti dominanti parassitari ed egoisti,

hanno impostato.

Potranno emergere le reali priorità e le discussioni ed il confronto tra tante diversità, potrà accrescere “l'intelligenza collettiva” e fornire nuovi elementi per la risoluzione delle tante tematiche inaffrontate, perché economicamente non profittevoli per l'1% della popolazione.

Tutto ciò attiverà un virtuoso circuito innovazione, conoscenza, diffusione, controllo, in grado di accrescere l'ambito partecipativo e il contributo di tutti alle scelte prioritarie per il vivere sociale.

Si porrà conseguentemente la necessità di garantire che la formazione del consenso sulle tematiche che attraverseranno la rete, sia veramente democratica, evitando che il controllo dei processi finisca solo in poche mani.

Occorrerà garantire la veicolazione delle istanze attraverso strumenti (partiti rinnovati, associazione di cittadini e ONG) che sappiano elaborare il “comune sentire” in proposte convincenti ed in grado di migliorare, nel medio periodo, il benessere collettivo, nel rispetto dell'ambiente che ci circonda.

Perché non è automatico che tutto ciò che è diretto sia effettivamente veritiero!

L'assenza di delega e la partecipazione diretta, consentita dalle nuove tecnologie di connessione, sono condizioni necessarie, ma per evitare processi manipolatori o falsificazioni, occorre che si formalizzino metodologie di valutazione e si costruiscano percorsi reputatori che non siano autoreferenziali, ma che trovino conferme fuori dalla rete.

È una sfida che non deve trovarci né impreparati, né fideistici, ma che deve sostanziarsi non con la sostituzione, ma con l'interazione di tutti i nuovi strumenti che la tecnologia ci mette a disposizione, con le formulazioni della democrazia rappresentativa rinnovata.





PICCOLI BUDGET PER GRANDI VISUAL

Immagine Thinkstock n. 157102406 - collezione iStockphoto

Come migliorare la comunicazione aziendale con immagini di qualità a basso costo

“**A**nche l’occhio vuole la sua parte”, recita un antico proverbio. Niente di più vero, specialmente se si parla di comunicazione integrata, una comunicazione che non solo deve fornire un’immagine ben precisa dell’azienda, inglobandone i valori e la mission, ma anche focalizzarsi sulle strategie per identificarla chiaramente nel mercato di riferimento.

Molte sono le “ricette” per rendere la propria comunicazione performante, a iniziare proprio dal visual, uno degli ingredienti indispensabili per quanto riguarda la buona riuscita di una comunicazione di brand e di prodotto.

“Usare visual di forte impatto può aiutare il pubblico a connettersi con il brand e a fidarsi ancora di più dell’azienda. Una campagna con elementi visivi forti può aumentare il traffico web, far esplodere le vendite in-store, e contribuire a far raggiungere molti obiettivi. Le giuste immagini incrementano le performance di una campagna di comunicazione”, sostiene a tal propo-

sito Nicola Ghezzi, Marketing Director di Getty Images in Italia parlando di Thinkstock, il servizio in abbonamento di immagini royalty-free offerto dalla media company Getty Images, appunto.

Thinkstock è un servizio in abbonamento completo che rende accessibili milioni di fotografie, illustrazioni e grafiche vettoriali royalty-free provenienti dalle collezioni di Getty Images, iStockphoto e di altri partner riunendole in un’unica risorsa. Ghezzi lo propone anche alle PMI affinché non rinuncino a progettare delle campagne di comunicazione con un design d’impatto, in quanto è possibile farlo anche a costi contenuti. L’abbonamento a Thinkstock è vantaggioso e garantisce ai clienti la possibilità di disporre di una vasta gamma di contenuti di qualità (oltre 10 milioni di immagini) a prezzo fisso, alla portata di ogni budget.

«Quando scegliete un’immagine, non vi accontentate», suggerisce Ghezzi. «Nella ricerca di una fotografia, utilizzate ogni possibile

keyword che metta in risalto i punti di forza del vostro brand. Lasciate che le immagini aiutino i consumatori a fantasticare su cosa possono fare e chi possono essere, puntate sulle emozioni e proponete scelte che gli corrispondano. I clienti si accorgeranno così che li capite davvero».

Non solo. Anche se il prodotto o servizio presenta numerosi vantaggi, è sempre meglio concentrarsi su uno o due di essi in modo coinvolgente, perché è più semplice arrivare al dunque invece di elencare più aspetti e perdersi in tante immagini.

E se l'obiettivo principale rimane quello di aumentare le vendite, è preferibile optare per fotografie luminose su fondo neutro o viceversa, senza avere il timore di affidarsi alle infinite possibilità di miglioramento messe a disposizione dai moderni software di fotoritocco, come ad esempio l'uso di sfocature per accentuare il movimento o la velocità. O ancora, scontornare le immagini per dare più enfasi. E senza trascurare alcun dettaglio: *«come allineare le immagini a destra o a sinistra rispetto al testo, per conferire un aspetto più professionale alla campagna».*

Da considerare con attenzione è sicuramente la scelta dei colori, in virtù delle numerose implicazioni di carattere psicologico che ne derivano. Non a caso, proprio su questo specifico argomento, è basato uno dei saggi più importanti del grande letterato tedesco Goethe ("Della teoria dei colori", 1810). Secondo i teorici della materia, infatti, il cervello umano percepisce ed elabora i colori in meno di un secondo, catalogando istantaneamente una sensazione come positiva o negativa. Lo stimolo-colorato e la risposta-emozionale possono condizionare comportamenti e scelte successive.

Continuando, sempre in tema di visual e di immagine, un ruolo importante lo giocano proprio le foto che devono essere necessariamente in linea con le parole più ricercate in rete dal proprio target. A questo proposito, un buon lavoro di analisi delle parole chiave è da considerarsi indispensabile per decidere in che direzione andare. Ad esempio, le parole più ricercate nel settore Viaggi nel 2012 sono state "Hotel" e "Spiaggia", mentre nel settore Food & Drink, sono risultate essere "Torta" e "Cioccolato". Molto bene quindi hanno fatto tutti quei website che, nel corso dello scorso anno, hanno effettuato scelte in linea con queste chiavi di ricerca.

«Se volete migliorare la rilevanza del vostro sito dovete ben sapere che cosa cerca su Internet il vostro target», consiglia Ghezzi di Getty Images. *«Passare un po' di tempo a capire che cosa cercano le persone sul web – specialmente quali immagini vogliono vedere – vi permette di regolare in modo preciso la vostra comunicazione visiva online e offline».*

Un ultimo aspetto, da non sottovalutare riguarda qualità e sicurezza. Thinkstock fornisce accesso completo ai file ad alta risoluzione senza costi supplementari, oltre a garantire la tutela legale sui file acquistati. Molto più che uno strumento comodo e conveniente per accedere alle immagini desiderate, Thinkstock fornisce anche le tutele più competitive dell'intero settore garantendo ciascuna immagine con indennizzi fino a 10.000 dollari, estendibili fino a 250.000 dollari. Per ogni immagine utilizzata in conformità ai termini della licenza, Thinkstock tutela infatti i propri abbonati contro eventuali contestazioni al copyright prestando difesa e assumendo la responsabilità di qualunque danno e spesa fino alla concorrenza di 10.000 dollari per ogni immagine scaricata.

Le opzioni di abbonamento mensile o annuale garantiscono l'accesso all'intero catalogo di immagini Thinkstock con la possibilità di scaricare da 25 immagini al giorno fino a 750 immagini al mese. Thinkstock offre anche la possibilità di acquistare singoli pacchetti di immagini, ideali per i clienti che hanno bisogno di poche immagini per un progetto specifico.

Nicola Ghezzi conclude ribadendo che: *«Soprattutto in questo periodo di difficoltà e ristrettezze economiche è importante continuare a proporre il proprio brand e i propri prodotti con una comunicazione visiva di qualità».*

Per maggiori informazioni su Thinkstock è possibile visitare il sito www.thinkstock.it.



Immagine Thinkstock n. 100522271 - collezione Hemera

RICICLO DELLE MATERIE PLASTICHE USATE NEI PRODOTTI ELETTRICI ED ELETTRONICI

a cura di

Andrea Castrovinci*

L'impiego delle materie plastiche è in costante espansione. Sempre più spesso le materie plastiche trovano ampi utilizzi in diversi settori quali l'edilizia (es. isolamento termico e acustico, tubazioni etc.), i trasporti (interni, gomme etc.) e i beni di consumo.

In particolare, le apparecchiature elettriche ed elettroniche, sia tecniche che di largo consumo, fanno ampio uso di elementi in plastica.

Si pensi, ad esempio, alla diffusione dei computer, degli smartphone, dei tablet, etc. dove l'uso di materie plastiche permette una serie di vantaggi quali la riduzione del peso (device portabili), flessibilità nel design e produzione, riduzione dei costi.

L'uso di materie plastiche nelle apparecchiature elettriche ed elettroniche porta con sé due importanti questioni, tra loro correlate da un insieme di direttive, norme e pratiche industriali:

1. Il riciclo delle plastiche presenti nelle apparecchiature che hanno raggiunto il fine vita

2. L'inflammabilità delle materie plastiche ed i potenziali rischi ad essa correlati

Per quanto riguarda la questione ambientale, essa è correlata a due importanti fattori: la diffusione degli apparecchi elettrici ed elettronici e la loro durata. Molti dei prodotti citati hanno un tempo di vita relativamente breve, soggetti ad un ricambio generazionale annuale o di poco superiore. L'elevato numero di prodotti rilasciati sul mercato annualmente, unito ad un tempo di vita relativamente breve genera un significativo flusso di rifiuti elettrici ed elettronici che devono essere gestiti al fine di ridurre l'impatto ambientale.



In particolare una direttiva europea, la Waste Electrical and Electronic Equipment Directive (WEEE), impone di riciclare una certa percentuale delle materie plastiche contenute negli apparecchi elettronici.

I vincoli normativi di carattere ambientale si combinano con la necessità di garantire la sicurezza delle apparecchiature in uso. In particolare, la presenza delle materie plastiche negli apparecchi elettrici ed elettronici implica un certo grado di rischio di incendio, dovuto, ad esempio, a piccoli malfunzionamenti quali cortocircuiti o surriscaldamenti, che possono innescare la combustione delle plastiche.

Leggi e norme regolamentano in tutto il mondo l'applicazione delle materie plastiche in funzione della loro infiammabilità. Per alcuni settori applicativi la commercializzazione di materie plastiche è subordinata alla certificazione di una data classe di reazione al fuoco, ottenibile attraverso prove di laboratorio standard. I polimeri utilizzati nell'elettronica (guaine dei cavi, case, etc.), sottocofano (tubi, coperture, etc.) sono soggetti a severi vincoli prestazionali anche in relazione alla loro reazione al fuoco.

L'inflammabilità delle materie plastiche può essere ridotta attraverso l'uso di additivi, detti ritardanti alla fiamma (RF). L'uso dei RF migliora le prestazioni delle materie plastiche in termini di sicurezza, permettendo così ottenere la classe di reazione al fuoco necessaria per una determinata applicazione e relativo mercato. Data la natura chimica di alcuni RF, questi risultano soggetti a norme e leggi relativi all'impatto ambientale ed al riciclo delle materie plastiche. In particolare per l'elettronica, la direttiva Restriction of Hazardous Substances Directive (RHOS) impone limiti all'uso di una serie di sostanze o elementi chimici anche presenti nei RF (i.e. alogeni).

La necessità di soddisfare contemporanea-



mente norme relative all'infiammabilità dei materiali polimerici, i vincoli inerenti l'uso di sostanze usate come RF (RHOS) e la spinta al riciclo delle materie plastiche (WEEE), impone di verificare la fattibilità tecnologica del riciclo di materiali polimerici ritardati alla fiamma.

Prima di elencare i possibili approcci tecnici attualmente disponibili per processare le plastiche provenienti dai prodotti elettrici ed elettronici, è bene però sottolineare un aspetto fondamentale del processo di recupero e riciclo nel suo complesso.

La maggiore difficoltà nel recuperare efficacemente le plastiche in uso nell'elettronica deriva dalla necessità di raccogliere in maniera efficace i rifiuti elettronici e di separare fisicamente la plastica dagli altri elementi delle apparecchiature. Si pensi a come, negli apparecchi di consumo più comuni quali gli smartphone e i computer portatili, la plastica sia intimamente legata agli elementi metallici: a volte il metallo è annegato nel supporto in plastica, incollato o bloccato da un incastro meccanico. A prescindere da quale sia il meccanismo con cui sono attaccati, la quasi totalità delle tecniche di riciclo possibili implicano la separazione della plastica dagli altri materiali. Questo vincolo rappresenta un ostacolo sia tecnico che economico non indifferente.

Le tipologie di riciclo delle materie plastiche sono:

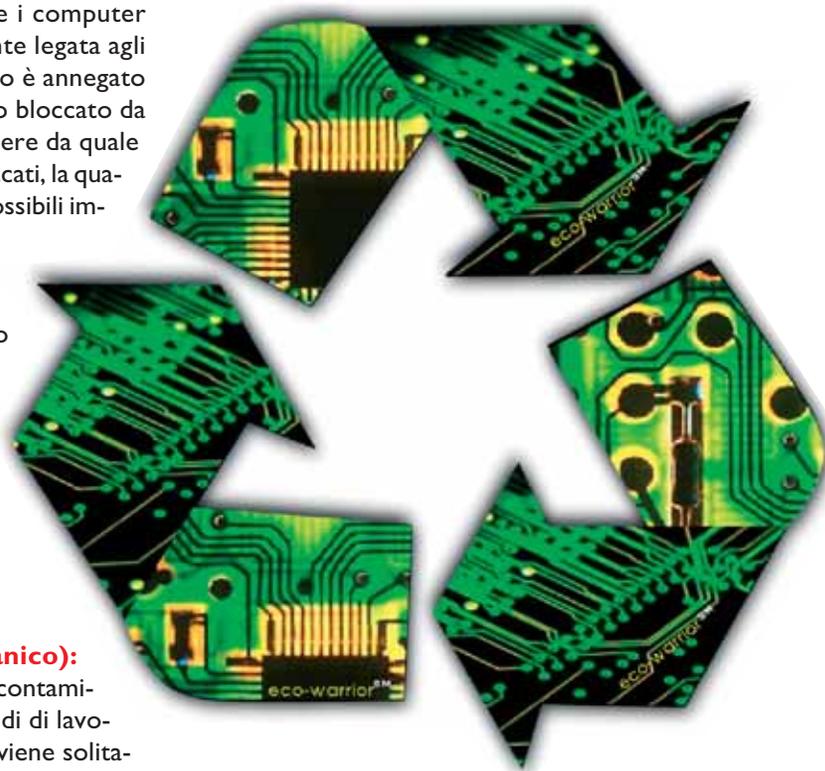
1. Riciclo primario (meccanico)
2. Riciclo secondario (meccanico)
3. Riciclo terziario (chimico)
4. Riciclo quaternario (combustione)

1. Riciclo primario (- meccanico):

riutilizzo delle materie plastiche incontaminate, generalmente è limitato a sfridi di lavorazione. Tale tipologia di riciclo avviene solitamente nello stesso impianto dove lo scarto è generato. Ovviamente questa tipologia di riciclo non interessa il rifiuto elettrico o elettronico. Ad esclusione del riciclo primario, che si basa su un materiale da riciclare omogeneo, la fattibilità tecnica del riciclo dei materiali polimerici ritardati alla fiamma deve essere accertata per il riciclo secondario, terziario e quaternario.

2. Riciclo secondario (-meccanico): le materie plastiche sono raccolte a fine vita. Il processo di riciclo delle materie plastiche provenienti da prodotti di consumo, quindi soggette ad invecchiamento, è influenzato dalla natura delle matrici polimeriche, dalla presenza di additivi, coloranti e dalla tipologia di degradazione a cui i prodotti sono stati soggetti durante il loro utilizzo. Per quanto riguarda il riciclo secondario, la

presenza di additivi RF ha un importante effetto sui processi di riciclo summenzionati. Questo aspetto ricopre una certa importanza in relazione al trattamento delle plastiche derivanti dai rifiuti elettrici o elettronici, dove il rischio di incendio impone l'uso di additivi per ridurre l'infiammabilità delle plastiche. La capacità di sopportare lo stress termo-meccanico del processo di riciclo mantenendo apprezzabili doti di reazione al fuoco dipende dalla stabilità dei RF. Ad esempio, RF a base di azoto (N), molto stabili termicamente, sopportano bene il riciclo meccanico. I RF a base fosforo (P), invece, variano la loro stabilità in funzione delle diverse strutture chimiche con cui vengono utilizzati. Avendo a disposizione diverse tipologie di RF, ciascuna con le sue caratteristiche, risulta quindi impossibile



trattare in modo uniforme, attraverso un processo di riciclo meccanico di routine, forniture necessariamente eterogenee di materiali polimerici ritardati alla fiamma. Il processo di selezione e separazione dei materiali polimerici sulla base della natura del polimero e dei RF è un processo articolato. In termini generali, quindi, il limite di questo approccio non è strettamente tecnico, ma risiede nel complesso e costoso sistema di raccolta, identificazione e separazione del flusso di materiali polimerici ritardati alla fiamma.

3. Riciclo terziario (-chimico): le materie plastiche sono sottoposte a processi chimico-fisici controllati per ottenere monomeri, oligomeri o altre miscele di prodotti riutilizzabili co-

me intermedi in successivi processi chimici. Il riciclo terziario di materiali polimerici ritardati alla fiamma è tecnicamente possibile: esistono infatti impianti in grado di trattare in modo opportuno un flusso eterogeneo di materiali polimerici contenenti FR.

4. Riciclo quaternario (- combustione):

le materie plastiche vengono utilizzate per recuperare energia dalla loro combustione. Il riciclo quaternario, ossia il recupero di energia attraverso la combustione di materie plastiche è, allo stato dell'arte degli inceneritori, possibile. Trattamenti catalitici e scrubber possono essere utilizzati per eliminare gli eteroatomi presenti nei gas esausti, scongiurando l'immissione in atmosfera di sostanze pericolose. Una valutazione complessiva delle diverse opzioni relative al riciclo di polimeri utilizzati in ambito elettrico ed elettronico deve considerare diversi aspetti: la gestione del flusso di materie plastiche da riciclare, l'impatto ambientale, il bilancio economico.

Il riciclo secondario richiede un imponente e

costoso sistema di raccolta, selezione e separazione del flusso di materie plastiche (ritardate alla fiamma) che possono arrivare agli impianti di riciclo.

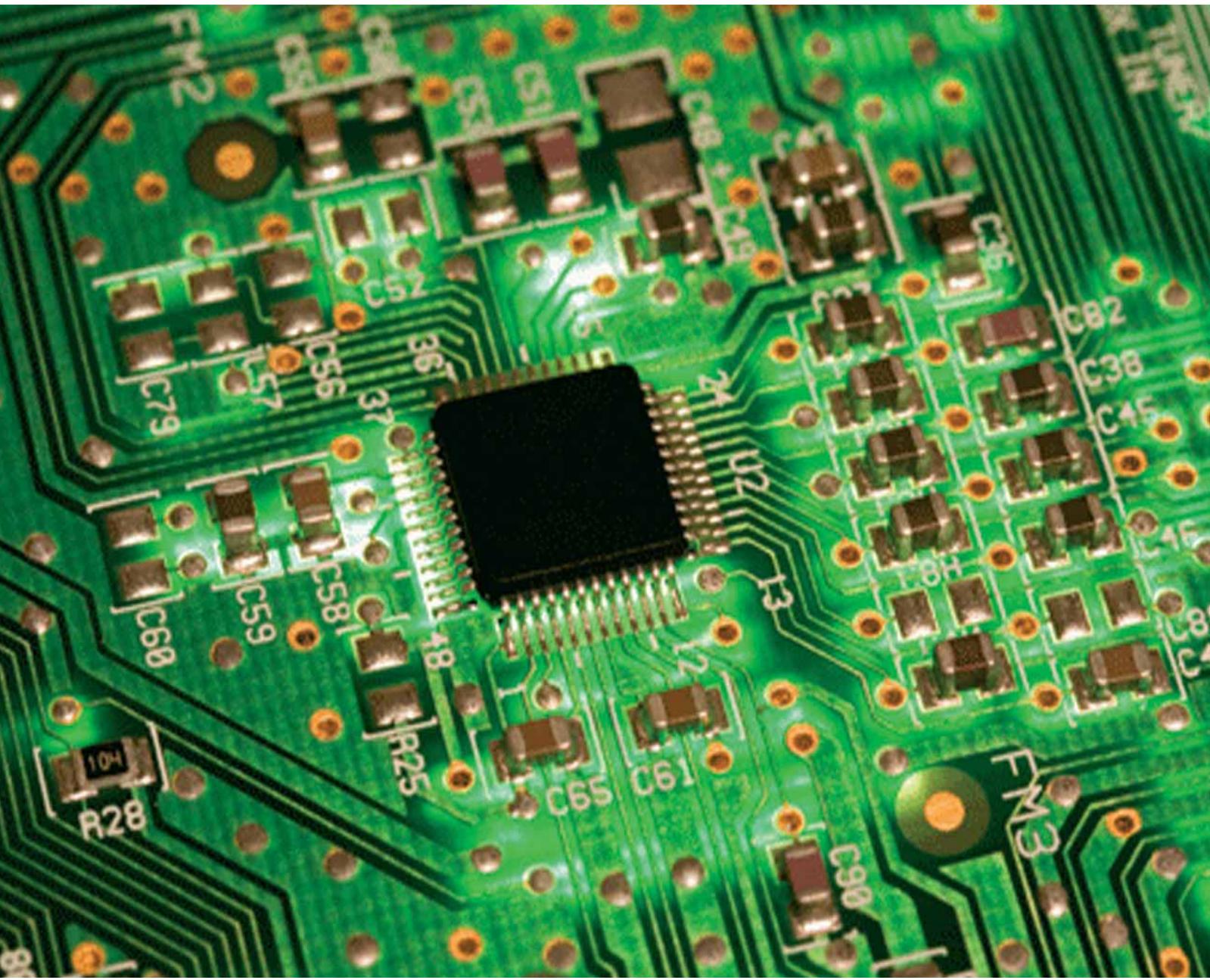
Il riciclo terziario, realizzato in impianti che possono trattare un flusso di materie plastiche eterogeneo, permetterebbe di ridurre il sistema organizzativo di raccolta delle materie plastiche.

Il riciclo quaternario risulta essere, in termini di costi e impatto ambientale, il meno desiderabile. Tale approccio, inoltre, è oggetto di un vivo dibattito pubblico.

Tutte le opzioni relative al riciclo dei materiali polimerici ritardati alla fiamma potrebbero essere applicate con successo; tuttavia lo scenario futuro sarà definito da fattori economici e politici piuttosto che tecnici.

Andrea Castrovinci
PhD

*Scuola Universitaria Professionale
della Svizzera Italiana
www.supsi.ch





mostra-convegno internazionale

terrafutura

buone pratiche di vita, di governo e d'impresa

Firenze - Fortezza da Basso

17/19 maggio 2013

X edizione | ingresso libero



abitare



produrre



coltivare



agire



governare

2004-2013

**Dieci anni dopo: oltre la crisi,
per una nuova Europa**

- appuntamenti culturali • aree espositive
- laboratori • animazioni e spettacoli

www.terrafutura.it

Relazioni istituzionali e programmazione culturale
Fondazione Culturale Responsabilità Etica
tel. 049 7399726 - 055 2638745
email fondazione@bancaetica.org

Organizzazione evento
Adescoop-Agenzia dell'Economia Sociale
tel. 049 8726599
email segreteria@adescoop.it

LE BIOENERGIE PER L'INDUSTRIA

I° trimestre 2013

a cura di
Ivano De Pellegrin*

I primi utilizzatori di bioenergie in Italia sono state le cartiere ed i produttori di pannelli truciolari legati al mondo dell'arredamento.

In relazione ai loro processi, queste industrie risultano essere dei grossi consumatori di calore, sottoforma di vapore a vari stadi.

Negli anni '70 utilizzavano combustibili fossili al 100% (Gas, Gasolio, BTZ); hanno iniziato ad integrare dapprima il 50% di energia da biomasse di scarto, fino ad arrivare pian piano alla totale autonomia energetica, producendosi in casa sia il termico che l'energia elettrica in autoconsumo.

Purtroppo, neanche per queste aziende virtuose, sono bastati i risparmi energetici degli ultimi 15 anni di esercizio, per essere competitive sul mercato internazionale. A causa dell'apertura di impianti di grandi dimensioni in Russia e nel Far East, infatti, la competitività della quasi totalità della produzione europea è stata distrutta.

Nel frattempo, anche tutto il resto dell'industria italiana si è accorta che la gestione energetica è diventata strategica e di fondamentale importanza per rimanere sul mercato. Le bollette di luce e gas negli ultimi 10

anni, sono aumentate rispettivamente del 42 e 60%, per non parlare dell'acqua potabile, oltre il 70%.

Le bollette, sommate ad aumenti dei costi di materie prime, servizi e tasse, crescita dell'inflazione del 24,5% e calo dei consumi sia interni che di esportazione, ha creato una situazione devastante per tutte quelle piccole e medie industrie nate negli anni '70/'80.

Negli ultimi 5 anni, sul territorio nazionale, tutto ciò ha portato alla chiusura di almeno 30.000 piccole e medie aziende, in particolare del settore meccanica medio pesante ed automobilistica. Anche l'industria manifatturiera è quasi scomparsa, sono rimasti solo gli artigiani.

L'unico settore ancora attivo è quello della trasformazione agroalimentare, in filiera corta e non. Proprio in questo settore si va ad inserire il primo dei due Casi specifici che riporterò di seguito nell'articolo: 1) **Progetto per un'industria a conduzione familiare che opera da più di 100 anni;** 2) **Riqualificazione di un'intera zona industriale in Provincia di Milano.**

Prima di illustrare i casi specifici elenco, attraverso tre esempi di progetti in fase di realizzazione, alcune delle innumerevoli categorie di aziende che potrebbero usufruire di bioenergia da fonti rinnovabili in cogenerazione. Questi esempi non sono esaustivi delle opportunità sfruttabili per rendere più competitive le aziende italiane.

I° Stabilizzazione ed essiccazione manufatti in cemento armato con H₂O a 60°C

II° Essiccazione di essenze di legni vari per la produzione di pellet di qualità certificato con H₂O a 90°C

III° Espansione di polistirolo per imballaggi, stampi, coibentazioni ecc. con Vapore 1,5 bar 150°C max

Ogni impianto ha caratteristiche completa-



mente diverse da un altro: temperatura, tipo di fluidi, tempi di utilizzo, ma soprattutto ore di utilizzo del termico nell'arco dell'anno.

Più il termico viene usato all'interno del ciclo produttivo dell'azienda e più vantaggioso risulta essere l'impianto di cogenerazione.

Le produzioni sopra indicate (I, II, III) utilizzano il termico da un minimo di 4.500 ad un massimo di 7.500 ore all'anno ed attualmente queste aziende utilizzano combustibili fossili (Gas, Gasolio, BTZ) con costi produttivi ormai da tempo insostenibili.

L'Autoconsumo del termico è molto importante per tre motivi principali: risparmio energetico che ne deriva; incentivazione del MW termico prodotto; riduzione delle quantità di CO₂ immesse nell'atmosfera.

È evidente che non si possono abbracciare ed asservire tutti i campi industriali, va considerato un fattore tecnico molto importante: combustando cippato di legni vari si raggiungono temperature che variano, a seconda della tecnologia, da 850 a 950°C in camera di combustione.

Utilizzando i fumi tal quali si possono alimentare per esempio zincherie a caldo.

Con i fluidi secondari, prodotti in caldaia, si possono alimentare altre tipologie di applicazioni industriali: galvaniche con termostatazioni a bassa temperatura (80/90°), utilizzi diretti con vapore a varie pressioni/temperature, fino al terlesaldamento di intere zone industriali.

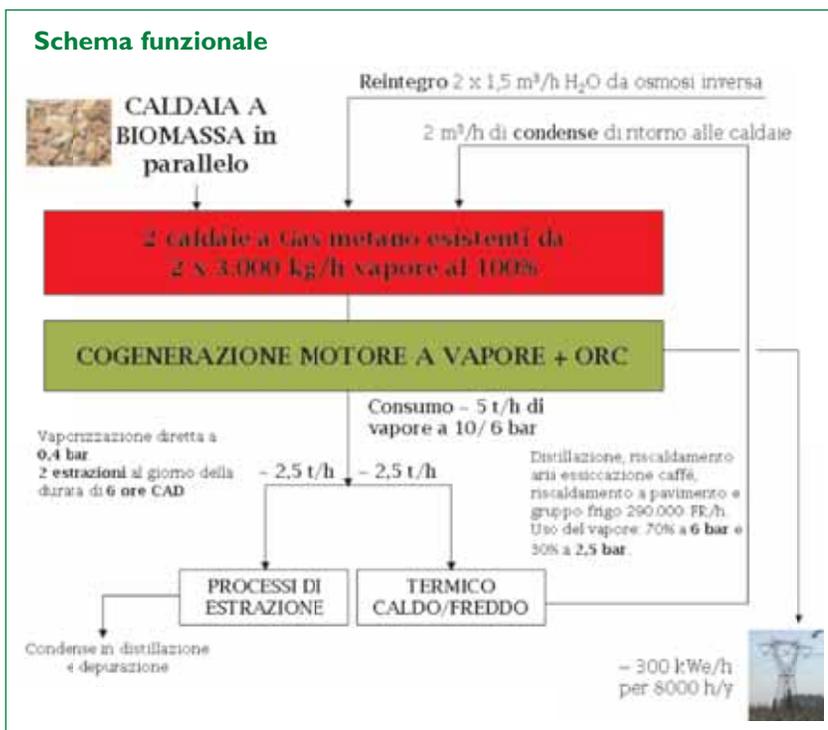
1° Caso Specifico

L'azienda centenaria a conduzione familiare opera nel settore della produzione di caffè tostato e decaffeinizzazione e deteinizzazione di caffè e tè rispettivamente. Di seguito è riportato uno schema funzionale degli impianti esistenti e futuri che opereranno in parallelo.

Come si può notare, la produzione oraria di vapore a 10 bar, è di circa 5 t/h: una parte serve per il lavaggio del caffè dopo l'estrazione della caffeina ed una parte per la termostatazione dei vari processi produttivi.

Si è optato per l'installazione di una cogenerazione con motore a vapore che, collegato al generatore, potrà produrre circa 300 kWe da immettere in rete ed incentivati. Con il cascame della cogenerazione, cioè il vapore saturo a circa 6,5 bar, si andranno ad asservire le utenze termiche produttive.

L'impianto cogenerativo a biomassa cippato verrà installato all'interno dello stabilimento ed il vapore generato si collegherà in parallelo al pipe rack esistente, con degli stacchi gestiti da



valvole di regolazione pneumatiche.

Le caldaie a metano esistenti, non verranno smantellate ma bensì utilizzate come back up durante le fasi di manutenzione programmate della cogenerazione.

Solo di combustibile, l'azienda risparmierà più del 50% di quello che attualmente spende, utilizzando il gas metano.

Oltre al risparmio energetico, ci sarà una produzione di energia verde incentivata di notevole interesse per vent'anni, tanto è la durata dell'incentivo.

L'investimento previsto lo si ripaga senza problemi, nell'arco di 5 anni.

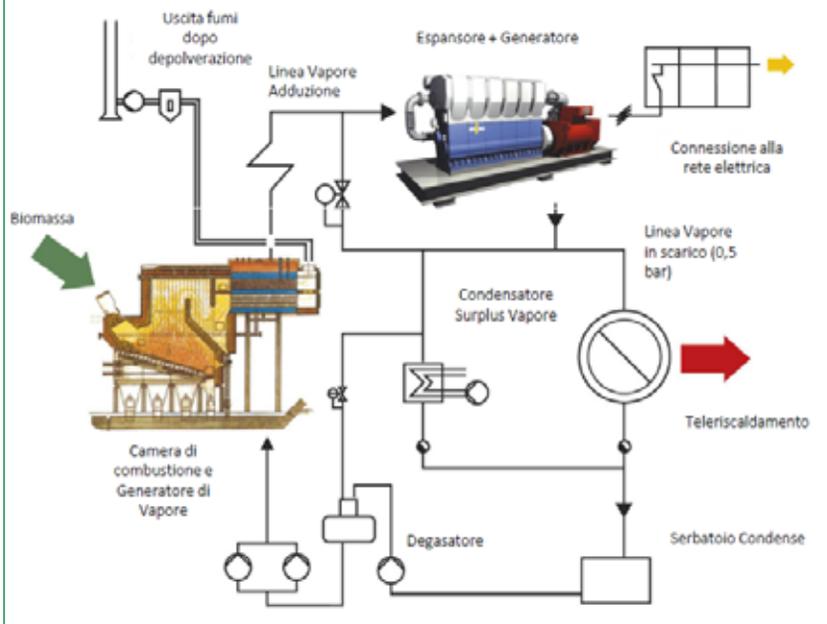
2° Caso Specifico - Viganò Smart

Questo progetto sta nascendo proprio in questi mesi per sviluppare e sostenere il sistema socio economico del distretto industriale di Viganò Certosino di Gaggiano, in Provincia di Milano, legato ad EXPO 2015.

Trattasi di un Consorzio di aziende locali e non che sta nascendo con lo scopo di raggiungere gli obiettivi di efficienza energetica e tec-



Schema di principio



nologica del polo industriale. Anche in questo caso verranno realizzati due impianti cogenerativi a biomassa per la gestione del termico per tutte le aziende presenti ed interessate ad allacciarsi alla nuova rete termica entrando così a far parte del Consorzio.

Il tutto verrà integrato da: fotovoltaico, rete fibre ottiche, cura del verde, igiene ambientale, nuova viabilità, socializzazione, illuminazione LED, sicurezza, antincendio ecc.

Questo progetto è stato promosso dall'Assessorato all'urbanistica del Comune di Gaggiano e presentato al Comitato Organizzativo di Expo 2015, che ha dato parere favorevole.

La disponibilità di biomasse in italiano è enorme: solo sfruttando gli scarti agroforestali, se calcoliamo anche la piantumazione dedicata per produrre in SRF la biomassa combustibile, potremmo soddisfare almeno il 25-30% dell'industria italiana. Esistono quindi sia la disponibilità di combustibile che il potenziale tecnologico. Si tratta ora di far capire agli industriali italiani che esiste anche la possibilità di risparmiare e di integrare i propri utili con la vendita dell'energia



incentivata, utilizzando la cogenerazione a biomasse solide in filiera corta.

I due casi citati sono una piccola parte dei progetti che abbiamo in fase di realizzazione sul territorio Italiano. Progetti che, dal punto di vista tecnico gestionale, sono molto semplici, si complicano in fase autorizzativa. Quest'ultima purtroppo è la causa principale del notevole rallentamento dello sviluppo di queste iniziative energetiche da fonti rinnovabili su tutto il territorio Nazionale.

Invece di agevolare e snellire gli iter autorizzativi, gli stessi sono stati complicati a tal punto che in certe realtà è praticamente diventato impossibile proporre e sviluppare qualsiasi tipo di progetto.

La realtà è che le rinnovabili sono state boicottate ad arte dalle lobby delle energie fossili. L'ultima ciliegina sulla torta è stato il ridimensionando del 25% degli incentivi, posta dal Ministro dell'Industria e dal Premier uscente.

Ciò ha frenato ulteriormente lo sviluppo del Settore delle Rinnovabili, dei conseguenti risparmi energetici che da esso derivano e la creazione degli innumerevoli posti di lavoro che si potevano creare nel settore specifico.

Faccio presente ai lettori che tutti noi Italiani, da 30 anni, paghiamo gli incentivi sul CIP6 - voce A3 inceneritori - sulla fattura ENEL. Basterebbe incentivare la raccolta differenziata, così da ridurre la produzione di rifiuti indifferenziati e di conseguenza ridimensionare drasticamente gli investimenti destinati agli inceneritori e utilizzare gli stessi per incentivare il mercato delle Rinnovabili.

Nella prossima pubblicazione analizzeremo il mercato del Pubblico: Comuni, Scuole, Asili, Ospedali, RSA ecc. Anche questo mercato è enorme e sappiamo tutti quanto gravano sulle finanze nazionali i bilanci del Pubblico, della Sanità e di conseguenza sulle tasche di noi cittadini che paghiamo le tasse.

Rammento che i Ministeri dello Sviluppo Economico e dell'Ambiente, con l'ultimo Decreto 2013, hanno deliberato ed attuato il primo Conto Energia Termico da FER, che incentiva la sostituzione delle vecchie caldaie altamente inquinanti a Gasolio, BTZ, Legna e Carbone con nuove caldaie a biomassa (cippato di legna, pellet, scarti organici agricoli ed industriali) in filiera corta. Il Decreto suddivide l'incentivo previsto in tre parti (elettrico, termico e Certificati bianchi per l'efficienza energetica).

Ivano De Pellegrin
*IDP Tech

RINNOVABILI 2.0

IDROEOLICO, SOLARE TERMICO E GEOTERMIA

innovazione e impresa

MERCOLEDÌ 22 MAGGIO 2013 DALLE 9:30 ALLE 13:30

PALAZZO ISIMBARDI - SALA AFFRESCHI
CORSO MONFORTE 35 MILANO



Moderatore

Emanuele Martinelli, *Direttore Editoriale Energia Media*

Saluto di benvenuto

On. Guido Podestà
Presidente della Provincia di Milano
Silvia Garnerò
*Assessore Eventi ed Expo 2015
della Provincia di Milano*

Strategia Energetica Nazionale e FER

Le anomalie del sistema energetico italiano: sono superabili? Con quali oneri?

Silvio Bosetti
Direttore Generale Fondazione EnergyLab

Certificazione LEED: innovazione, efficienza ed energie rinnovabili

Alberto Lodi
*Segretario Chapter Lombardia
del Green Building Council Italia*

Rinnovabili: la vita dopo gli incentivi

Bruno Stagnaro
Istituto Bruno Leoni

Overview geotermia e solare termico

Geotermia da qui al 2030

Tommaso Franci
Osservatorio REF-E

Intervento su solare termico

a cura di Assolterm

Tecnologia e impresa nel mondo delle FER

Idroeolico: sfide tecnico-economiche e stato dell'arte

Marco Baldini
Business Development Manager, MWH
Chiara Di Silvestro
Energy Project Engineer, MWH

Pompaggio marino, opportunità e potenzialità

Julio Alterach
RSE

Titolo in definizione

Elisa Anziano
Siemens Hydro&Ocean

Titolo in definizione

Maurizio Brancaleoni
Auma Italiana

Geotermia e biomasse come opportunità per creazione di nuovi equilibri nel green

Pietro Bartolini
*Responsabile Area Ambiente & Energia Confindustria
Firenze*

Titolo in definizione

Enel Green Power (da confermare)

Chiusura lavori

Assessore Stancari,
Assessore Ambiente ed Energia
della Provincia di Milano

Convegno gratuito, partecipazione libera previa iscrizione.

Per iscrizioni, per conoscere il programma aggiornato e per avere tutte le informazioni sull'evento visitate il sito www.mgpcomunicazione.it

IDEAZIONE, ORGANIZZAZIONE E UFFICIO STAMPA:
MGP CULTURA, IMMAGINE E COMUNICAZIONE



INIZIATIVA REALIZZATA CON IL CONTRIBUTO DI



ENTI PATROCINANTI



programma aggiornato al 9 maggio 2013

MEDIA PARTNERS



SI RINGRAZIA



RIVER SYSTEM

PROGETTO G.O.L.I.A.

a cura di
Gabriella Longu*

Nella settimana dal 4 all'8 febbraio 2013, a Roma, una delegazione italiana, turca e romena hanno partecipato ad un laboratorio su **METODOLOGIE E STRUMENTI DEL MODELLO APPLICATIVO DI SELF-EMPOWERMENT**.

Il laboratorio, condiviso con il prof. Massimo Brusaglioni, ingegnere e psicologo che ha sviluppato in Italia l'approccio del **SELF EMPOWERMENT**, è stato progettato e organizzato da Isfor Api, nell'ambito del progetto europeo **G.O.L.I.A. Giovani Organizzano Lavoro Impresa Assieme**¹. Un progetto che vede coinvolte organizzazioni di tre nazioni: Italia (Isfor Api, soggetto capofila, e CESPIM), Romania (ANUP e Colegiul De Industrie Alimentara "Elena Doamna"), Turchia (EDUSER) e che è finalizzato al trasferimento di un efficace modello di lavoro con i giovani già sperimentato con successo da Isfor Api nel territorio regionale sardo. Il modello ha come base metodologica l'empowered oriented e come strumenti di lavoro con i giovani, quelli che derivano dall'empowerment.

La settimana di lavoro a Roma, presso la sede del partner CESPIM, ha avuto quindi la finalità di condividere tra referenti e operatori delle organizzazioni partner e tra alcuni dei docenti delle scuole coinvolte ad Ankara (TU), Bucarest e Galați (RO), gli elementi caratterizzanti l'approccio empowered oriented. Sperimentare e acquisire l'approccio del-

l'empowerment ed i suoi principali strumenti operativi, in particolare per il self empowerment delle persone e dei gruppi. Soprattutto, vivere e attivare un proprio self-empowerment personal professionale. Solamente in tal modo infatti, ciascun operatore potrà essere in grado di applicare l'empowerment al progetto **G.O.L.I.A.**, solo aumentando il proprio potere, il *self-empowerment*, ogni singolo operatore potrà incidere – nei confronti dei ragazzi – sulla mobilitazione del loro sentimento di protagonismo e del gusto di fare impresa, di "generare mondo" attraverso il lavoro.

Laboratori individuali, in piccoli gruppi, momenti di de-briefing in plenaria hanno coinvolto personalmente italiani, romeni e turchi che hanno mostrato una capacità di comunicazione che superava le barriere linguistiche.

Gli operatori italiani e gli operatori romeni che hanno vissuto l'esperienza a Roma, hanno trasferito ad altri docenti romeni quanto hanno appreso e vissuto (Galați 11-14 marzo 2013 e Bucarest 18-21 marzo 2013) e una delegazione formata da staff italiano, romeno e turco lo trasferirà ad altri colleghi ad Ankara nel mese di aprile 2013.

Isfor Api da anni utilizza con successo un approccio empowered oriented con target differenti: giovani che vivono disagi, giovani che si accingono ad entrare nel mondo del lavoro, lavoratori, disoccu-



G.Piras, M.Masala Laboratorio Galați



A. Akpinar, A. Korkmaz, G. Longu

pati. Un approccio che Isfor Api ha sperimentato in diversi contesti con progetti regionali ed europei, anche in nazioni differenti.

Questo perché l'empowered oriented è un approccio metodologico che ha il suo centro nella persona, un approccio che sostiene la dimensione desiderante dell'individuo come leva per poter raggiungere i suoi "sogni" e obiettivi. Accompagna la persona a "costruirsi" o ricostruirsi un proprio progetto di vita e a sentirsi protago-



G.Longu Laboratorio Galati

nista del proprio presente e del proprio futuro, "potente" per la propria possibilità di fare scelte, "potente" perché la persona riscopre le sue risorse.

Lo staff di tecnici empowered oriented Isfor Api sta quindi ora utilizzando l'empowerment come strumento di base nei percorsi formativi e di inserimento lavorativo, propone i colloqui empowered oriented anche per manager e lavoratori finalizzati al raggiungimento di un proprio "miglioramento" su specifiche aree di interesse.

Uno strumento che può avere nella vita del singolo individuo e nell'organizzazione presso cui la-

vora un impatto importante, credere infatti nella forza e nel potere che ciascuno ha, aiuta ad affrontare meglio la propria vita. Uno strumento che è generativo perché apre nuove possibilità. L'empowerment quindi oggi, in un momento storico ed economico in cui la crisi e l'incertezza dominano non solo nei mercati ma nella vita stessa di ogni singolo individuo, giovane e adulto, può proporsi realmente come uno strumento in grado di restituire alla persona il potere di darsi nuove prospettive.

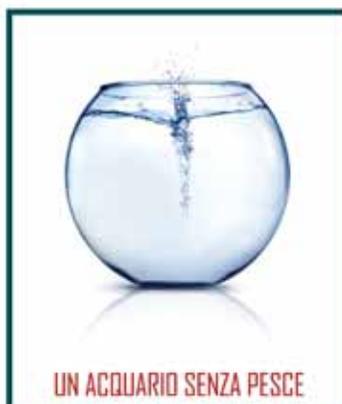
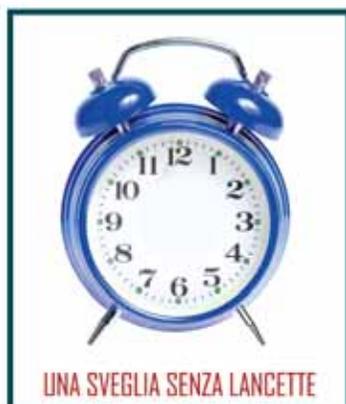
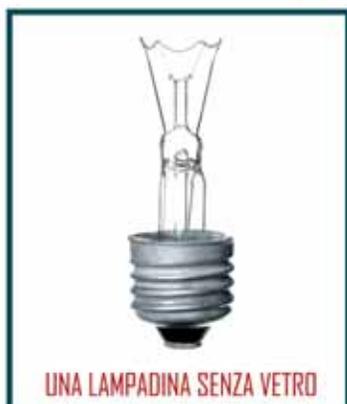
* Isfor Api

NOTE:

I Programma di Apprendimento Permanente (2007-2013) Azione "Progetti Multilaterali di Trasferimento dell'Innovazione Leonardo da Vinci" Progetto n° 2012-I-IT1-LEO05-02797

Malpensa.net

CONTATTACI PER UN PREVENTIVO GRATUITO



Dal 1997 siti Internet ed E-Commerce professionali - Posta elettronica - Soluzioni di web marketing
competenza tecnica - esperienza - massima competitività nei prezzi

Malpensa.net s.r.l. - Via Po, n.11 - 21015 Lonate Pozzolo (VA)
Tel: 0331.300.025 - Fax: 0331.300.570 - Web: www.malpensa.net - E-mail: info@malpensa.it



BIOPOLIMERI PER APPLICAZIONI TECNICHE AVANZATE

a cura di
A. Castrovinci* e **M. Marchizza ****

Il termine biopolimero si riferisce a quei polimeri di sintesi realizzati a partire da materie prime rinnovabili (es. vegetali) e non dal petrolio, come invece avviene nella quasi totalità delle materie plastiche prodotte annualmente. Il vantaggio, dal punto di vista ambientale, risiede nel ridotto consumo di petrolio e derivati per la sintesi dei polimeri di base.

Anche in virtù del forte impatto sul consumatore (marketing), si è creato un forte interesse attorno ai biopolimeri, che ha portato allo sviluppo ed introduzione sul mercato di una serie di materiali con caratteristiche tecniche, prestazioni e proprietà in linea con materiali

polimerici di origine petrolchimica. I biopolimeri (es. Bio-PE, biobased PET, etc.) già presenti sul mercato presentano caratteristiche pressoché identiche ai polimeri sintetizzati a partire dal petrolio. Il loro appeal sul mercato è quindi dovuto principalmente al crescente interesse e sensibilità dei consumatori verso prodotti “sostenibili”.

Tali materiali sono raramente utilizzati “tal quali” specie in alcuni settori ad alto contenuto tecnologico, laddove è necessario utilizzare polimeri in grado di soddisfare contemporaneamente diverse caratteristiche quali: ridotta infiammabilità, antistaticità (per riduzione ri-

schio esplosione), proprietà meccaniche in un ampio intervallo di temperatura (es. flessibilità a basse temperature).

In edilizia (in particolare quella industriale) e nell'elettronica le direttive europee portano automaticamente a sfruttare materiali dotati di queste caratteristiche, ed in più che siano esenti da elementi tossici o pericolosi. Per queste ragioni il PVC (polimero alogenato), scelta che per lungo tempo è stata la naturale risposta a queste esigenze, sta progressivamente abbandonando gli ambienti che ci circondano: case, luoghi di lavoro ed oggetti di quotidiano utilizzo.

In questi ambiti applicativi, un'alternativa al PVC in grado di garantire le stesse prestazioni ma con un chiaro orientamento green, troverebbe un mercato recettivo.

Anche la famiglia dei poliuretani è soggetta alla messa a punto dei biopolimeri e dei loro precursori: in questo caso si tratta di polioli da fonte rinnovabile. Le principali caratteristiche dei poliuretani termoplastici biobased (bio-T-PU) sono la flessibilità, la resistenza agli agenti atmosferici e la piacevole sensazione al tatto, e sono largamente impiegati per la produzione di soles da scarpe, nastri trasportatori, parti per interni auto, rivestimenti morbidi resistenti all'usura, giunti e tubi di trasporto, adesivi e schiume isolanti.

L'uso di poliuretani biobased in alternativa al PVC per usi tecnici (cavi, tubi per il trasporto di polveri, pavimentazioni tecniche, etc) in ambienti industriali, dove la sicurezza impone ai materiali determinate caratteristiche e prestazioni (proprietà meccaniche, scarsa infiammabilità, proprietà elettriche, etc.), rappresenta un mercato potenzialmente interessante ancora da esplorare.

In particolare, l'abbattimento dei rischi di incendio ed esplosione negli ambienti industriali comporta, per quanto riguarda le materie plastiche, l'uso di materiali non infiammabili ed elettricamente conduttivi, in grado di dissipare le cariche elettrostatiche potenzialmente pericolose; si pensi, ad esempio, ai tubi per la movimentazione di polveri o dei distributori di carburante, nei quali l'accumulo di cariche elettrostatiche potrebbe portare ad una scintilla, con conseguenze facilmente prevedibili.

La capacità di dissipare le cariche elettrostatiche permette inoltre di creare apparecchiature elettriche ed elettroniche schermate dal punto di vista elettromagnetico, garantendone la funzionalità.

Il progetto ELYSA (ELectrically

conductive fire SAfe polymers - <http://www.supsi.ch/dti/eventi-comunicazioni/news/2012/2012-12-07.html>), ha come obiettivo la realizzazione di compositi bio-T-PU esenti da alogeni, in grado di combinare caratteristiche di conduttività elettrica, resistenza alla fiamma e proprietà meccaniche specifiche (es. flessibilità).

ELYSA è promosso dalla SIP Industrial Promotion sa (www.sipsa.ch, azienda svizzera specializzata nella produzione di masterbatch e compound tecnici) in collaborazione con l'Istituto CIM per la Sostenibilità nell'Innovazione (www.icimsi.ch) e supportato economicamente dalla Commissione per la tecnologia e l'innovazione CTI (www.kti.admin.ch).

Il progetto svilupperà mescole polimeriche (materiali compositi) in cui il polimero di base, biobased, verrà miscelato con un complesso sistema di cariche conduttive e ritardanti alla fiamma in grado di introdurre le proprietà desiderate, sfruttando potenziali sinergie tra gli additivi.

Attraverso i risultati del progetto ELYSA la SIPsa offrirà al mercato una soluzione innovativa per applicazioni quali tubazioni schermate, pavimentazione industriale e barriere morbide per cleanroom e data center, parti di dispositivi per ambienti ATEX (atmosfera esplosive), così come impianti per la produzione di energia, piattaforme petrolifere ed industrie elettroniche.

*Scuola Universitaria Professionale della Svizzera Italiana
www.supsi.ch

**SIP Industrial Promotion sa
www.sipsa.ch



DIFFUSO, INNOVATIVO, TECNOLOGICO ECCO IL FESTIVAL DELL'INNOVAZIONE

L'iniziativa di REGIONE PUGLIA e ARTI
si terrà a Bari dal 22 al 24 maggio

a cura di
Giulia Porreca

Diffuso, innovativo, tecnologico. La Puglia celebra il futuro attraverso la terza edizione del Festival dell'Innovazione. Un'iniziativa dell'Assessorato allo Sviluppo Economico e dell'Innovazione della Regione Puglia e ARTI, che si terrà a Bari nel borgo antico e nel centro cittadino, dal 22 al 24 maggio. Una manifestazione estesa e partecipata, pronta a incontrare la gente per strada. Un'invasione di progresso, per raccontare ai cittadini il lato più pratico della ricerca, le infinite applicazioni e implicazioni che ha nella vita quotidiana. Tre giorni per connettersi al futuro in

cui verranno messi in rete i diversi attori dello sviluppo economico, confrontando idee, visioni ed esperienze e favorendo la partecipazione alle scelte. L'innovazione uscirà dalle aule universitarie per farsi conoscere con incontri, presentazioni, mostre e laboratori, rivolti agli adulti e soprattutto ai ragazzi. Un'occasione unica per intercettare il mondo dell'impresa e avviare collaborazioni e progetti o, molto più semplicemente, lo stimolo perfetto per immaginare un futuro. Grande attenzione, manco a dirlo, è stata riservata ai giovani. Le scuole, infatti, parteciperanno grazie a un concor-



Immagine Festival Innovazione

so apposito - ogni giorno in piazza si assisterà ai racconti d'impresa recitati da attori, le "Parole al tappeto", reading letterari che saranno giudicati dal popolo. Concerti serali, esposizioni, mostre interattive, laboratori aperti, occasioni di confronto e scambio in cui chiunque potrà essere attore dell'innovazione, animazione costante e, ovviamente, la rete, che seguirà tutto, in ogni momento, attraverso il sito www.festivalinnovazione.puglia.it, caratterizzato da interattività e condivisione, un'app per telefonini, QR code e, in presa diretta, i social network. Così, anche chi non sarà a Bari, a partire dal mondo della finanza, avrà costantemente gli occhi puntati sul festival. «L'obiettivo è far conoscere questo mondo alla gente - spiega Giuliana Trisorio Liuzzi, presidente di ARTI -, non ci sono solo i ragazzi che hanno la possibilità di studiare fuori e dedicarsi esclusivamente alla ricerca: da docente universitaria voglio che anche gli altri possano avere la stessa possibilità». Un'edizione, quindi, che contrariamente alle prime due punta a incuriosire, ad aprire contatti e dare magari la scintilla giusta per accendere un'idea. Per questo quest'anno gli eventi saranno nel centro di Bari: piazza del Ferrarese, sala Murat, Fortino Sant'Antonio, Ateneo, sala consiliare del Comune, Camera di Commercio, l'ex palazzo delle Poste e lungo corso Vittorio Emanuele. Luoghi accoglienti e di grandissima partecipazione, che esalteranno i cinque temi che verranno trattati, a partire "Energia e Risparmio energetico", per finire ad altre quattro aree tematiche: "Economia della conoscenza", "Made in Italy hi-tech", "Il fattore umano", "Smart & social". Una sezione, invece, sarà completamente dedicata all'agroalimentare, uno dei pilastri dell'economia della Puglia: "NO-BLE ideas" è un progetto europeo rivolto alle idee innovative del settore, maggiormente applicabili a livello imprenditoriale.

Particolarmente innovative anche le formule studiate per coinvolgere pubblico ed espositori, a partire dal roadshow che, toccando il territorio regionale, ha raccontato la nuova veste del Festival e di come partecipare presentando proposte di animazione. O come gli Apulian Innovation Contest e i Cheek to Cheek, i concorsi organizzati da ARTI e dedicati agli studenti delle scuole superiori, ai giovani, agli autori ed editori, per promuovere la loro idea di innovazione e di creatività coerentemente con le finalità del Festival. Eventi coinvolgenti che chiameranno tutti a mettersi in gioco, per contribuire con le proprie visioni ed esperienze a costruire il proprio Festival. Il primo (Apulian Innovation Contest) è stato riservato agli studenti delle scuole superiori e ai giovani, per selezionare il video più originale e la migliore foto quale testimonianza della loro idea di innovazione. Ogni partecipante dovrà compilare il form di iscrizione online, disponibile sul sito del Festival, completo di anagrafica, domanda ed allegati (foto o video). I



Da sinistra Anna Liberti (segreteria organizzativa Festival) e Annamaria Monterisi (Responsabile Relazioni Esterne e Comunicazione ARTI Puglia)

contributi di tutti i partecipanti (le domande dovranno essere trasmesse on-line entro le ore 12 del 10 maggio, accedendo alla sezione "Connettiti" del sito del Festival) saranno esaminati da una Giuria, composta da esperti e divulgatori, che avrà il compito di definire la graduatoria finale. I finalisti saranno invitati a presentare la propria proposta durante la finale del contest nel corso del Festival dell'Innovazione. Il secondo (Cheek to Cheek) è stato riservato agli editori, aspiranti autori e alle imprese che operano nel settore editoriale, per promuovere la produzione creativa pugliese sostenendo la nascita di nuovi progetti innovativi nel settore dell'editoria. In questo caso i partecipanti dovranno compilare l'apposito formulario on-line disponibile sulla piattaforma dedicata entro il 19 aprile. Ogni Cheek to Cheek avrà una durata massima di venti minuti e si svolgerà la mattina di venerdì 24 maggio, in una delle sedi previste dal Festival dell'Innovazione.

Il Festival dell'Innovazione 2013 è un'iniziativa dell'Assessorato allo Sviluppo Economico e dell'Innovazione della Regione Puglia e ARTI Agenzia regionale per la Tecnologia e l'Innovazione, organizzata nell'ambito delle attività del progetto Creare impresa e diffondere tecnologia a partire dalla ricerca - Programma Operativo per la fase 2 del Progetto ILO2, finanziato dal Programma Operativo FESR 2007-2013.

Connettiti al Futuro!



Un momento del Roadshow Bari - palazzo Ateneo Festival Innovazione 2013

AFFIDABILITÀ & TECNOLOGIE 2013

La settima edizione, appena conclusa, conferma il grande successo della manifestazione italiana dell'Innovazione Competitiva in ambito manifatturiero: 210 espositori, 6124 visitatori, 14 convegni, 16 seminari, 700 marchi e oltre 1000 novità esposte

Affidabilità & Tecnologie, la manifestazione specialistica torinese dedicata alle soluzioni e tecnologie utili per abbattere i costi e incrementare produttività e affidabilità, ha chiuso il 18 aprile scorso la sua settima edizione, con numeri importanti che ne confermano a pieno titolo il ruolo di spicco nel panorama fieristico nazionale.

Affidabilità & Tecnologie ha saputo distinguersi dalle fiere tradizionali sviluppando un progetto diverso, originale e moderno, in grado di rispondere concretamente alle esigenze delle aziende, costituendo una piattaforma utile allo sviluppo dell'innovazione competitiva, facendo sistema e coinvolgendo attivamente tutti i protagonisti: fornitori di tecnologie innovative, aziende manifatturiere e costruttori, ricerca e istituzioni.

L'edizione 2013 ha proposto molte novità e il numero di richieste di partecipazione come espositori è stato superiore al numero di spazi espositivi, nonostante la maggiore capienza del nuovo padiglione messo a disposizione da Lingotto Fiere:

un ottimo segnale, che sottolinea la vitalità di questa manifestazione, cresciuta anno dopo anno e oggi in posizione di vertice tra le fiere specialistiche rivolte all'industria manifatturiera.

Oltre 1000 le novità esposte: un'opportunità di conoscenza decisamente molto ampia e specialistica che gli organizzatori intendono gestire nelle prossime edizioni con nuove logiche espositive e comunicazionali per consentire un'ancora migliore fruibilità, da parte dei visitatori, di quest'enorme offerta espositiva e contenutistica. Una bella sfida, quindi, nell'ottica di una continua crescita della manifestazione e delle molte novità e sinergie che verranno annunciate a settembre 2013.

Quali sono i focus espositivi e contenutistici che hanno caratterizzato l'edizione 2013? Se ascoltiamo il parere dei visitatori, un target decisamente di assoluto livello, in gran parte rappresentato da decisori e responsabili di funzione di aziende manifatturiere, questo potrebbe in sintesi essere il loro "elenco specialistico":

- Tecnologie di visione artificiale per controllare e automatizzare la produzione;
- Soluzioni di testing e virtual testing a supporto della ricerca e della progettazione industriale;
- Nuovi robot e sistemi di produzione (alcuni Poli dell'innovazione meccatronici hanno presentato prototipi innovativi funzionanti);
- Tecnologie al plasma per trattamenti speciali;
- Tecnologie di simulazione e prototipazione per abbattere il time to market.
- Soluzioni innovative di Virtual Reality (a titolo di esempio, una postazione espositiva ha offerto dimostrazioni di una nuova tecnologia di simulazione immersiva con applicazioni concretamente utili in molteplici campi;
- Evento TecFo: l'edizione 2013 ha ampliato la





propria offerta con la presenza concomitante della prima edizione di TecFo, la manifestazione italiana delle tecnologie fotoniche industriali;

- **Metrologia e Caratterizzazione dei Materiali:** programma di testimonianze organizzate insieme ad ACCREDIA, l'ente di accreditamento italiano, per rispondere alle esigenze delle aziende che debbono obbligatoriamente garantire l'affidabilità ai loro committenti.

Export

All'insegna della concretezza, Affidabilità & Tecnologie ritiene che oggi sia imperativo rivolgere massima attenzione alle opportunità offerte dai mercati esteri, offrendo il massimo sostegno alle imprese italiane per incrementare le loro opportunità di export. In tale ottica, grazie al sostegno di primarie Istituzioni (Regione Piemonte, Camera di Commercio di Torino e di Cuneo, Provincia di Torino, Unioncamere, Ceipiemonte) e in collaborazione con MESAP, Affidabilità & Tecnologie 2013 ha proposto un programma di incontri tra una ventina di importanti operatori internazionali (provenienza: Turchia, Brasile, Finlandia, Francia, Russia, Germania, Corea) e aziende italiane fornitrici di soluzioni innovative. Il successo dell'iniziativa è stato sancito dai commenti entusiastici di tutti i protagonisti e, tra le novità 2014, c'è sicuramente lo sviluppo di questo progetto.

2014: stiamo già pensando al futuro

AFFIDABILITÀ & TECNOLOGIE in questi giorni ha ricevuto un importante riconoscimento, diventando Fiera Internazionale. Pertanto si svilupperanno significativi progetti con il sostegno di importanti Enti Istituzionali: un valore aggiunto che consentirà di potenziare notevolmente l'offerta fieristica complessiva, a tutto vantaggio sia delle Aziende Espositrici che dei loro Clienti in cerca di innovazione e opportunità.

Il progetto 2014, in linea con il proprio modello di sviluppo, sarà rinnovato profondamente con l'obiettivo di crescere ulteriormente e di diventare sempre più la manifestazione di riferimento per le imprese manifatturiere, gli OEM e system integrator interessati alle tecnologie e alle soluzioni innovative.

Come da prassi consolidata, i prossimi mesi saranno dedicati dagli organizzatori all'analisi dei risultati di una indagine volta a cogliere le indicazioni di visitatori e espositori. Entro settembre 2013 sarà presentato ufficialmente il progetto 2014, ulteriormente arricchito nei contenuti tecnici e rinnovato negli aspetti di immagine e comunicazione.

A questo proposito, il progetto della prossima edizione vedrà un ancora maggior coinvolgimento di tutti i protagonisti - Espositori, Enti e Istituzioni, Associazioni, Università, Grandi aziende - e A&T organizzerà nell'arco dei prossimi mesi di maggio, giugno e luglio incontri per cogliere le loro indicazioni e costruire insieme le linee guida che caratterizzeranno il progetto della prossima edizione 2014.



Associazione
piccole e medie
industrie di Udine



SA 8000:2008
Certified Social
Accountability System



ISO 9001:2008
Certified Quality System

L'Associazione Piccole e Medie Industrie di Udine rappresenta oltre 950 imprese associate, ne tutela gli interessi operando attivamente affinché queste acquisiscano una posizione primaria nel contesto socio-economico. Offre agli Associati un concreto supporto di servizi a sostegno dell'attività di impresa e crea opportunità di incontri di scambio e di confronto di idee tra Imprenditori. Promuove i processi di crescita delle piccole imprese per farle diventare medie e delle medie perché diventino più grandi: lo sviluppo dell'attività, quindi, è rivolto, non solo alla tutela degli interessi degli Imprenditori, ma so-

prattutto allo sviluppo della conoscenza e alla diffusione dell'informazione. Se in passato il valore dell'azienda era connesso alla tecnologia, oggi è sempre più insito nella conoscenza, nel sapere, e soprattutto, e qui sta il ruolo dell'Associazione, nella diffusione delle informazioni come valore aggiunto.

Le aree strategiche in cui opera l'Associazione sono calibrate sui bisogni e sulla tutela degli interessi degli Imprenditori associati con l'obiettivo di dare quegli elementi fondamentali per la crescita delle imprese e con loro di tutto il sistema economico friulano.

L'assistenza copre le seguenti aree tematiche:

FISCALE	Assistenza a qualunque pratica ed adempimento amministrativo, fiscale, tributario, doganale, civilistico.
RELAZIONI INDUSTRIALI	Problematiche attinenti il lavoro dipendente ed autonomo nelle loro varie implicazioni, con partecipazione attiva a contratti ed accordi sindacali di ogni livello. Rapporti con gli istituti previdenziali, assistenziali e assicurativi.
SICUREZZA-AMBIENTE-ENERGIA	Informativa sulla normativa generale e specifica per ogni settore di attività, ed in particolare: applicazione del D.Lgs. 81/2008 in materia di sicurezza; applicazione delle normative sull'ambiente, compresa la denuncia dei rifiuti (MUD). Assistenza e tutela specifica nel settore ambiente e sicurezza.
EXPORT	Informazione sulle opportunità di nuovi mercati nazionali ed internazionali, con particolare riguardo ai Paesi dell'Europa dell'Est; contrattualistica estera e partecipazione a missioni imprenditoriali.
FORMAZIONE RISORSE UMANE	Partecipazione gratuita a progetti formativi finanziati dal Fondo Sociale Europeo e dal Fapi per imprenditori e collaboratori; segnalazione, ricerca e selezione del personale. Gestione tirocini formativi aziendali, stage e work experiences.
ECONOMICO FINANZIARIO	Consulenza e cura di pratiche di finanziamento e dei programmi di sostegno e accompagnamento agli investimenti aziendali da parte del Governo nazionale, regionale, locale e comunitario.
EDILIZIA TERRITORIO	Certificazione SOA – (Società Organismi Attestazione) – consulenza ed informazione per il raggiungimento dell'attestazione; informazioni su gare di appalto, di lavori, servizi e forniture; assistenza al contenzioso di qualsiasi natura, tra cui quelli derivanti da contabilità, lavori e da riserve in tema di appalti.
ALIMENTARE	L'assistenza e la tutela specifica del settore alimentare: servizio studi e ricerche, servizi di informazione legislativa, consulenza HACCP, consulenza ed assistenza su etichettatura dei prodotti, consulenza sulla disciplina metrologica, consulenza sulla legislazione igienico-sanitaria e alimentare
CERTIFICAZIONI QUALITÀ	Consulenza e informazioni per il raggiungimento delle varie attestazioni ISO. Assistenza per l'ottenimento delle certificazioni.

Garantisce anche molteplici servizi, tra cui:

- Informazioni commerciali;
- Recupero crediti;
- Traduzioni e interpretariato;
- rilascio certificati e visure camerali;
- Assistenza nello svolgimento delle pratiche per l'ottenimento della Carta Nazionale Servizi e della Business Key (firma digitale);
- CAAF dipendenti;
- Rilascio del visto di conformità per compensazione del credito IVA;
- Attività di promozione tecnica delle imprese, della loro attività e dei loro prodotti;

Numerose sono le convenzioni stipulate a diretto vantaggio degli Associati:

- Convenzione con L.G.T. Laboratorio Geotecnico srl per esecuzione di prove su materiali da costruzioni a condizioni particolari per gli Associati
- Convenzione con S.T.V. snc per i servizi di autonoleggio con conducente
- Accordo Quadro nazionale Confapi-Poste italiane per l'uso, a condizioni vantaggiose, di prodotti e servizi erogati dal Gruppo Poste.
- Convenzione con Polimedica "L. Pasteur" Diagnostica Medica Srl e Mediars Srl per la fornitura di servizi sanitari agevolati.
- Convenzione con Auto & Glass Blu System Centro Vetri Auto per la sostituzione di cristalli auto.
- Convenzione con Auto & Glass Blu System Centro Vetri Auto dedicata al Gruppo Autotrasporti e Logistica per il servizio di sostituzione cristalli veicoli commerciali o TIR.
- Gruppo di acquisto dell'energia elettrica. Ogni anno vengono messi in competizione i maggiori gruppi di fornitura dell'energia elettrica allo scopo di garantire risparmi sulle bollette.
- Telefonia fissa: convenzione con Telecomitalia con sconti su fonia fissa e mobile, Adsl e prodotti.
- Convenzione Euroshell per emissione di card per il rifornimento di carburante con sconti sui rifornimenti in Italia e tutta Europa.
- Convenzione con ENI Spa per l'emissione di carte di pagamento petrolifere MULTICARD e MULTICARD ROUTEX.
- Convenzione Assicurazione Crediti Esteri con Euler Hermes – SIAC. –
- Servizio di analisi portafoglio clienti – Monitoraggio dei rischi collegati all'attività commerciale
- Convenzione con RINA, Ente certificatore per ottenere uno sconto sul costo dell'ottenimento delle certificazioni.
- Convenzione con la IQM società di Ispezioni e Monitoraggi per la Qualità che prevede sconti sulle tariffe delle ispezioni e dei controlli sugli impianti elettrici installati sui luoghi di lavoro come previsto dal DPR 462/2001.
- Convenzione con AVIS per il noleggio di autovetture ed automezzi aziendali a breve e lungo termine.
- Convenzione con ACI per il solo noleggio di autovetture ed automezzi a lungo termine.
- Convenzione per buoni pasto aziendali con Day Ristoservice, Buonchef e Ristomat.
- Convenzione Confapi/Alitalia e Confapi/Cathay con sconti sull'acquisto di carnet di biglietti aerei per tratte nazionali, internazionali e asiatiche.
- Convenzioni con gli aeroporti di Ronchi dei Legionari e Venezia per ottenere sconti sulle tariffe dei parcheggi.
- Convenzione con la società editrice Guerini & Associati con sconti a partire dal 20 % sull'acquisto di pubblicazioni.
- Convenzione Confapi/S.I.A.E.
- Accordo con Informest Consulting Srl per la fornitura gratuita dello strumento informativo "business guides" costituito da una raccolta omogenea di guide paese in formato elettronico, contenente informazioni su: economia, fisco, banche, lavoro, diritto, leggi e quanto necessario alle imprese italiane per operare sui mercati esteri di riferimento.

A.P.I. Udine è editrice del quindicinale Apinforma, notiziario di informazione fiscale, relazioni industriali, sicurezza ed ambiente, edilizia, export, marketing e organizzazione e della newsletter periodica Apiflash.

NANOTECNOLOGIE OPPORTUNITÀ PER I MATERIALI

Trattamenti superficiali al plasma

a cura di
Giuseppe Bratta*

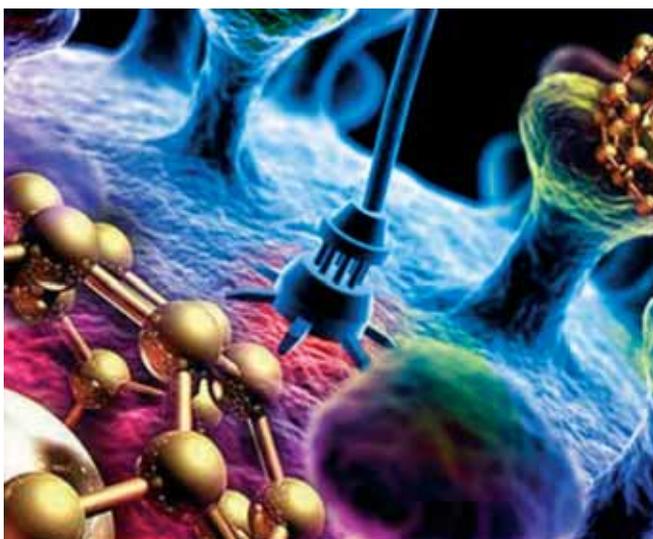
Nel prossimo futuro il sistema industriale dovrà affrontare in maniera sempre più pressante tematiche di innovazione che abbiano alla base nuovi modelli produttivi e di sviluppo che debbano coniugare la competitività economica del Paese ai nuovi driver culturali globali quali la salvaguardia dell'ambiente, lo sviluppo sostenibile, salute, sicurezza, ecc. Una importante rivoluzione verrà dai materiali avanzati e dalle nanotecnologie che produrranno una innovazione radicale sui materiali. Queste tecnologie possono trasformare interi comparti manifatturieri tradizionali, favorendo le innovazioni di processo e di prodotto in grado di valorizzare il know how dei settori industriali coinvolti.

Driver della richiesta industriale nei prossimi anni saranno robustezza, alleggerimento, sicurezza, multifunzionalità, eco-compatibilità, comfort ed estetica.

Incrementare la tendenziale "dematerializzazione" dei prodotti significa sviluppare materiali robusti con caratteristiche meccaniche e super-

ficiali più performanti. L'alleggerimento richiede una serie di azioni finalizzate all'ottimizzazione strutturale, integrazione, scelta di materiali innovativi e più leggeri di quelli tradizionalmente in uso. Il raggiungimento di materiali high-tech ed altamente performanti va affermandosi come elemento determinante nella sfida su prodotti di largo consumo nella fascia media ed alta del valore del mercato, che, accoppiati alla contemporanea richiesta di sicurezza, impongono lo sviluppo di materiali sempre più avanzati. I nanomateriali con caratteristiche di multifunzionalità, potranno avere applicazioni importanti.

La tecnologia al plasma freddo ha suscitato grande interesse per la comunità scientifica, viste le molteplici ricadute nelle applicazioni industriali e nella ricerca di base. Trattasi di una vera e propria ingegneria chimica di superficie tesa a costruire strutture dello spessore di alcuni nanometri, appositamente progettate per rispondere in maniera specifica alle applicazioni più disparate, si parla infatti di "surface tailoring" ossia di superfici preparate con lavoro di sartoria. La tecnologia al plasma freddo si offre oggi nei processi di nobilitazione superficiale dei materiali come una valida alternativa alla chimica convenzionale, con numerosi vantaggi legati alla sua elevata eco-sostenibilità. Infatti la chimica dei processi al plasma è una chimica pulita perché lavora "a secco" senza utilizzo di solventi e con un utilizzo minimo di reagenti, eliminando i problemi legati allo smaltimento dei solventi con le relative preoccupazioni per la sicurezza dell'ambiente e dell'uomo. Per la sua peculiarità di essere una nanotecnologia di impiego trasversale a tutti i settori industriali, il trattamento superficiale via plasma dei materiali risulta avere un ampio potenziale innovativo e una varietà di impieghi in diversi campi, come tessile/manifatturiero, ottica, elettronica, industria medica e



meccanica.

Nuova ed unica realtà industriale del Sud, Plasmapps nasce con la missione di offrire alle aziende soluzioni basate sulla tecnologia plasmochimica made in Italy, frutto della collaborazione scientifica con il gruppo di chimica dei plasmi dell'Università di Bari. L'innovazione è il suo credo aziendale uniti alla consapevolezza che tutto ciò che è solido e ci circonda ha delle superfici che possono essere trattate via plasma per migliorarne le prestazioni.

Il plasma

Il plasma considerato il quarto stato della materia è un gas ionizzato. Il passaggio dallo stato gassoso (terzo stato) allo stato di plasma (quarto stato) avviene somministrando energia: ciò provoca una crescita delle specie cariche. Un plasma freddo prevede una pressione di lavorazione inferiore alla pressione atmosferica: ciò comporta la produzione di specie chimiche reattive e non convenzionali che non sarebbe possibile ottenere altrimenti a temperature così basse. La superficie dei materiali esposta al plasma si trova sottoposta ad una serie di reazioni tra cui bombardamento elettronico, ionico, e ricombinazioni chimiche con le specie reattive presenti che si traducono a seconda della scelta dei gas di alimentazione in tre principali classi di processi plasmochimici:

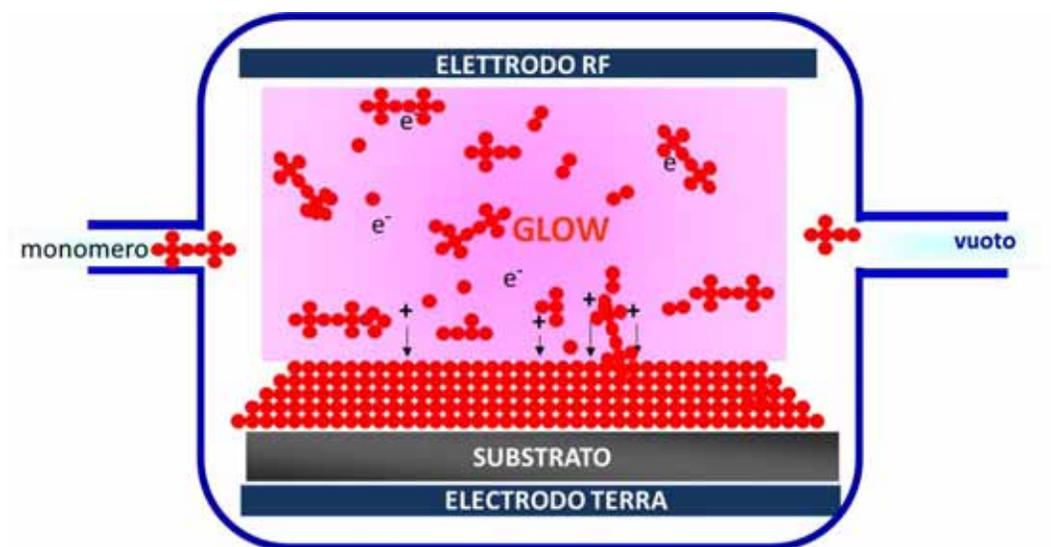
◆ Etching via plasma, ossia ablazione del materiale attraverso la formazione di prodotti volatili dopo l'interazione tra il materiale e le specie attive prodotte nel plasma. Questa classe di processi è più comunemente utilizzata in mi-

croelettronica, per la progettazione di circuiti integrati ad elevata risoluzione spaziale, oltre ad essere alla base delle tecnologie di pulizia o sterilizzazione.

◆ Plasma Enhanced Chemical Vapour Deposition (PE-CVD), deposizione di film organici ed inorganici sottili (5-1000 nm), questa è probabilmente la più ampia classe di processi al plasma. I processi PE-CVD possono essere utilizzati per sintetizzare differenti rivestimenti per personalizzare la superficie dei materiali, con proprietà che spaziano dal teflon-like al silicalike, ai nano-compositi, dal super idrofobo al super idrofilo, all'idrogel-like. Si possono così aggiungere nuove proprietà ai materiali tradizionali, quali per esempio durezza, resistenza ai graffi, non fouling, idro / oleorepellenza, idrofilicità, effetto flame-retardant, cell-adhesive, e molti altri.

◆ Il trattamento, ossia l'innesto (grafting) di gruppi funzionali desiderati sulla superficie dei materiali con trascurabile aggiunta o sottrazione di massa. L'innesto di gruppi funzionali può essere anche associato ad un certo grado di reticolazione della superficie trattata. I trattamenti al plasma sono generalmente utilizzati per impartire proprietà superficiali stabili nuove a polimeri, carta, tessuti e altri materiali. È possibile ottenere superfici idrofobe da superfici idrofile (e viceversa), è possibile migliorare la stampabilità, la tintura, la metallizzazione, la bagnabilità, etc.

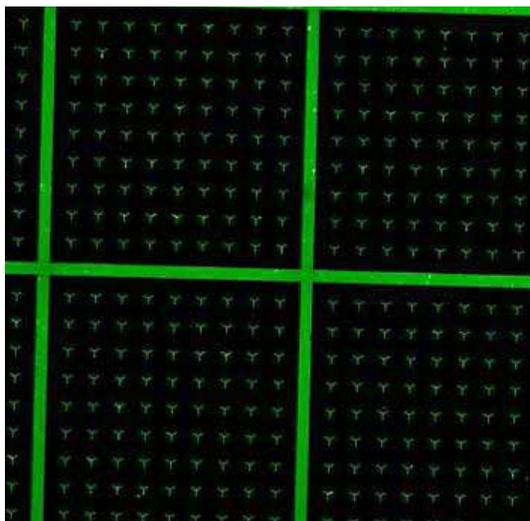
L'effetto dell'esposizione al plasma è limitato alla zona di contatto con il materiale, le proprietà massive di quest'ultimo non vengono assolutamente modificate, generalmente l'effetto



1. Atomi & frammenti molecolari reagiscono su/con superfici dei materiali,
2. Ioni positive attivano superfici, e rimescolano le carte della chimica superficiale
3. Si producono stechiometrie e proprietà chimiche, fisiche e biologiche inusuali



Esempio di processo messo a punto da Plasmapps per la pulizia e la protezione dalla corrosione dei metalli: nell'immagine a sinistra un'anfora di argento trattata al plasma (ripulita e rivestita con coating protettivo) e a destra un'anfora non trattata ed ossidata. www.plasmapps.com



Plasmapps ha messo a punto processi di deposizione di film antifouling utilizzabili per la realizzazione di biochip: sul vetrino è possibile distinguere domini che favoriscono la crescita cellulare da domini antifouling in cui le cellule non aderiscono.

del trattamento è limitato a una profondità dell'ordine di una decina di nanometri o poco più.

Il plasma innova i metalli

Una delle applicazioni industriali dei plasmi freddi è la deposizione di film sottili anticorrosione sui metalli.

Tali rivestimenti non soltanto proteggono i manufatti metallici dalla corrosione, ma si comportano anche da film duri antigraffio.

Il plasma innova la gomma

I polimeri utilizzati per realizzare guarnizioni e o-ring hanno proprietà elastiche e deformazioni che definiscono la loro capacità di tenuta. Tuttavia queste proprietà possono causare anche attrito e usura in superficie. Il trattamento superficiale al plasma della gomma

fornisce anche in questo caso un metodo affidabile, coerente e rispettoso dell'ambiente, in grado di



Esempio di processo messo a punto da Plasmapps per migliorare le performance di articoli in gomma, tra cui la modulazione del coefficiente di attrito e la protezione dall'attacco di sostanze aggressive.

ridurre l'attrito di superficie mantenendo inalterate le proprietà della gomma. Diventa possibile migliorare le prestazioni e la durata di guarnizioni e anelli di tenuta in sistemi per idraulica, pneumatica, gas e vuoto. È altresì possibile proteggere la gomma dall'attacco di agenti aggressivi come per esempio gli additivi di carburanti nelle applicazioni che riguardano l'automotive.

Il plasma nel biomedicale

Il concetto di biocompatibilità è legato molto alla reazione all'interfaccia tra un dispositivo biomedico e il sistema biologico in cui viene inserito. Si possono definire materiali biocompatibili quelli che non provocano irritazioni e/o infiammazioni, non stimolano l'insorgere di reazioni allergiche e non causano nessuna altra forma di patologia.

Poiché la reazione è limitata all'interfaccia, le tecniche di modifica superficiale via plasma freddo offrono anche in questo contesto una risposta a questa problematica, evitando complesse e costose ricerche di polimeri con caratteristiche speciali.

Diventa allora possibile sintetizzare superfici antifouling che scoraggiano l'adesione e la proliferazione cellulare, o al contrario creare superfici che promuovono l'adesione e la proliferazione cellulare, coating antibatterici, o semplicemente realizzare processi di pulizia e sterilizzazione. Giocando con le diverse proprietà superficiali è possibile sintetizzare superfici con domini differenti in modo da ottenere dei biochip.

Giuseppe Bratta

*Presidente Sezione Energia Confapi Bari - Bat

L'AMMONITORE **Web**

- ☞ Lamiera
- ☞ Pneumatica
- ☞ Automazione
- ☞ Subfornitura
- ☞ Utensili
- ☞ Macchine utensili
- ☞ Trasmissioni di potenza
- ☞ Packaging
- ☞ News
- ☞ Economia e mercato
- ☞ Fiere ed eventi



Il mondo della meccanica
a portata di click



www.ammonitore.com

PROMEMORIA L'ATELIER DEL BELLO

Nelle creazioni “made in Sozzi”
dominano eleganza,
cura dei dettagli e colori ricercati

a cura di
Stefania Giussani

Da tutto il mondo per vedere le creazioni di Promemoria esposte al Salone del Mobile, tenutosi a Milano dal 9 al 14 aprile. Un appuntamento imperdibile, anche per i clienti provenienti dalla Corea, dalla Cina, dalla Russia, dalla Germania e dal Belgio. Un evento fieristico importante al punto che alcuni clienti stranieri sono stati accolti presso il rinnovato spazio espositivo all'interno dell'azienda di Valmadrera dall'uomo di Promemoria, Romeo Sozzi, per visionare in anteprima la nuova collezione (fo-

to). La sede lecchese è infatti un atelier del bello dove dominano l'eleganza, la cura dei dettagli, le pregiate finiture e i colori ricercati.

Promemoria, azienda associata all'Api di Lecco, è leader nel campo del design e dell'arredo ed è conosciuta a livello internazionale come eccellenza artigianale d'altissimo livello. L'azienda è infatti presente nelle più importanti città del mondo con i propri showroom: Parigi, Londra, New York, Dallas, Mosca e San Pietroburgo.





Il primo showroom Promemoria viene aperto nel cuore di Lecco. Nel 1992 segue l'apertura a Milano nel quadrilatero della Moda tra via Bagutta e via Montenapoleone: un passo obbligato visto il crescente consenso che premia il gusto e le creazioni di Promemoria. E' in Rue de Bellechasse, vicino al museo d'Orsay e alla chiesa di Saint Germain, che l'azienda muove i suoi primi passi a Parigi mentre nel 2007 è la volta di Londra, Pimlico Road, con le sue gallerie d'arte e negozi d'antiquariato. Nell'aprile 2008 Promemoria inaugura uno showroom a Mosca, nel 2011 a New York, Dallas e San Pietroburgo.

L'export rappresenta l'85% del fatturato e proprio i migliori clienti sono stati invitati a visitare la rinnovata sede lecchese. In esclusiva per loro i divani, le poltrone, le lampade, i tavoli, le sedie, la cucina "Angelina" e tutti gli altri complementi d'arredo che sono stati esposti presso i due showroom milanesi durante il Salone del Mobile.

Curiosità, rispetto, passione e creatività. Quattro parole care a Romeo Sozzi che ha spiegato come non esistano dei segreti per il successo ma "è importante imparare dai propri errori, ammetterli, capire dove si è sbagliato e migliorarsi, sempre. Non dobbiamo mai appiattirci o abatterci davanti agli errori o alle difficoltà". Non per niente il simbolo di Romeo Sozzi è la rana "un animale che ri-

de sempre, che salta sempre avanti e che va nell'acqua, terra ed aria. Un animale che ben rappresenta l'andare oltre" ha dichiarato Sozzi, designer e fondatore di Promemoria.

"All'inizio, negli anni Ottanta, eravamo in quindici. Ora siamo in centodieci e vantiamo una produzione tutta interna, grazie alla creazione dei reparti di falegnameria, tappezzeria e pelletteria. Ogni pezzo è fatto a mano negli atelier, spesso su misura e sottoposto ad un controllo di qualità per raggiungere gli standard più elevati" ha concluso Sozzi. Non il "tanto" o il "tutto", men che meno il "troppo": solo il meglio, il fatto veramente bene entusiasmano Romeo Sozzi. E' la sua filosofia del bello che si rispecchia in tutte le collezioni Promemoria.

Romeo Sozzi, autore di una raffinata "couture-furniture", pilota il design di Promemoria. Con lui i tre figli: Stefano (scelta dei legni, costruzione), Davide (architetto, ovvero progetto) e Paolo (ricerca, gestione e dintorni). Insieme guidano una realtà produttiva molto poliedrica che riunisce tutte le fasi di lavorazione, dalla selezione materiali allo studio delle finiture. E' tutto made in Sozzi, nel quartier generale di Valmadrera, in simbiosi con il fior fiore dell'artigianato italiano ed europeo.

*API Lecco

MOLARO ALDO SERRAMENTI

a cura di
API Udine

Molaro è una realtà storica del tessuto imprenditoriale friulano con sede a Tarcento (UD); produce, distribuisce e installa infissi su misura in legno, legno-alluminio, legno-bronzo, pvc e acciaio.

L'azienda opera su tutto il territorio nazionale attraverso agenti diretti, più una rete di rivenditori autorizzati; è altresì presente in alcuni mercati esteri (Russia, USA, Arabia Saudita, Qatar, EAU, Pakistan, Libia, ecc.) che penetra grazie alla collaborazione con progettisti/rivenditori locali, e a una sempre effervescente attività fieristica.



Storia

L'azienda nasce agli inizi degli anni 50 dall'intuizione di Aldo Molaro, falegname artigiano capace di realizzare con il legno tutto quanto poteva essere necessario sia per l'arredamento che per le finiture della casa. L'imprenditore decide così di cogliere le occasioni che presentava il mercato immobiliare in veloce sviluppo, specializzandosi nella produzione di infissi. Alla fine degli anni sessanta l'azienda si distingue da subito dalla concorrenza locale sia per il numero di addetti che per l'organizzazione del lavoro che consente un rapido sviluppo delle vendite. L'organizzazione si consolida a metà anni settanta con l'inserimento del figlio Ivo, il quale sviluppa l'azienda facendola diventare industriale. È di fine anni ottanta l'inserimento del primo impianto in linea dedicato alla produzione del semilavorato. La crescita continua all'inizio del nuovo secolo e gli impianti si arricchiscono di un modernissimo sistema robotizzato di verniciatura, che riesce a valorizzare la cura artigianale del prodotto con finiture uniche. Nel medesimo periodo, avviene anche la fusione con un'altra storica realtà friulana del settore: la Del Fabbro Serramenti di Villa

Santina (UD). Questa unità produttiva diviene complementare rispetto agli insediamenti già esistenti, portando con sé know-how di prodotto specifici.

Attualmente l'azienda conta oltre 70 dipendenti suddivisi nei tre impianti produttivi di Tarcento, Collalto e Villa Santina per complessivi 15.000 mq. coperti, e dispone di uno showroom direzionale di 1.000 mq. alle porte di Udine, più altre 5 sedi espositive in Italia.

Il presente

Il presente è contraddistinto da una congiuntura macroeconomica non favorevole, che sta creando indubbe sfide a tutto il settore del legno-arredo italiano. Per contro, un'accresciuta attenzione agli aspetti del risparmio energetico, ha reso il consumatore finale più attento alla qualità dei manufatti che acquista, spingendo i produttori verso una sana competizione sul terreno del miglioramento tecnologico di prodotto.

Ciò è avvenuto per la concomitanza di molteplici fattori, tra i quali vi sono: una crescente consapevolezza ecologica (su temi quali il riscaldamento globale, il consumo di territorio, ecc..), i prezzi sostenuti dei combustibili fossili e il conseguente caro-bolletta (sia a livello privato che di paese Italia), un quadro macro-economico generale che induce al risparmio, e non ultime, le incentivazioni fiscali promosse dallo stato rivolte a premiare l'efficienza energetica nelle nuove costruzioni come anche nelle semplici sostituzioni/ristrutturazioni.

In questo contesto competitivo, la Molaro si pone come realtà all'avanguardia del suo settore ed è pertanto in grado di affrontare con moderato ottimismo le nuove sfide che le si porranno di fronte. Soluzioni tecnologiche quali la "posa casaclima", i serramenti della linea "Green" ad elevate prestazioni termiche & acustiche, l'uso esteso di vetri basso-emissivi con canalina a bordo caldo (che riduce i fenomeni di condensa superficiale sui bordi delle finestre), le soglie a taglio termico, ecc.. costituiscono le fondamenta tecniche su cui poggiare le strategie evolutive future.

La cultura del cliente

La filosofia che da oltre 50 anni anima Molaro è basata sulla soddisfazione delle necessità del cliente. A tal proposito Molaro propone di un'ampia gamma di prodotti adatti a qualsiasi tipologia abitativa. Nascono così a fianco agli infissi tradizionali, strutture ad arco, composizioni con vetri curvi in pianta, serramenti irregolari, alzanti scorrevoli, scorrevoli a saliscendi, aperture a pacchetto e le più svariate composizioni richieste dalla clientela.

Anche gli stili architettonici vengono rispettati e proprio per questo sono state sviluppate le

linee di infissi Antico e Creta, che nel loro design rispecchiano le tradizioni dei periodi e dei luoghi di provenienza. Queste linee sono caratterizzate da finiture particolari quali gli anticati, gli spazzolati, gli sbiancati e l'arte povera. Inoltre, in base alle esigenze di ogni singolo cliente, l'azienda è disponibile a sviluppare nuove proposte personalizzate, adatte anche alle soluzioni d'arredo più particolari.

In questo contesto, una particolare attenzio-



ne viene dedicata al rapporto con gli studi di progettazione. Da qualche anno l'azienda ha infatti avviato un'iniziativa specifica – denominata LIVING MOLARO – con l'intento di instaurare un canale di dialogo privilegiato con i progettisti.

Ciò si traduce nella capacità di offrire una consulenza mirata, aiutando i progettisti nella scelta delle soluzioni più idonee, fornendo loro le risposte applicative ottimali in ottemperanza ai vincoli di legge e ai capitolati più restrittivi. L'azienda, forte di un'esperienza cinquantennale nella

produzione di serramenti di qualità, si mette a disposizione anche per sviluppare prodotti nuovi, che soddisfino le più svariate esigenze costruttive, o per il raggiungimento delle certificazioni energetiche più ambiziose.

Il progetto 'Living Molaro' si prefigge lo scopo ultimo di instaurare una mutua collaborazione con gli studi di progettazione esterni, nell'ottica di garantire comfort, benessere e qualità, nel rispetto dell'ambiente, della sicurezza e della salute di tutti.

Mercati

L'alta moda del serramento è il posizionamento che la Molaro vuole avere sul mercato, ovvero la capacità di realizzare manufatti che si possano adattare a qualsiasi stile architettonico e alle più sofisticate esigenze del progettista, con la massima cura produttiva e finiture di ottimo livello. Queste caratteristiche sono ormai state ampiamente certificate dalle realizzazioni di prestigio che l'azienda ha potuto effettuare nelle località più disparate, dalle culture ed abitudini completamente diverse. Dalle classiche realizzazioni della Grecia, alle modernissime ville italiane, alle hollywoodiane case americane, fino alle opulente costruzioni del Golfo Persico, della nuova Russia e della grande Cina.



L'attività nel contract: il Café Royal Hotel di Regent Street a Londra

Il nuovo luxury hotel a 5 stelle Café Royal di Regent Street a Londra è rifinito con i serramenti Molaro.

Chiuso nel 2008, e riaperto a inizio 2013, il Café Royal, è stato protagonista di un ambizioso progetto di ristrutturazione e riqualificazione (guidato da Sir David Chipperfield) che lo ha trasformato in un meraviglioso luxury hotel dotato di 160 meravigliose e grandissime rooms e suites.

Per la Molaro, si è trattato di un'importante commessa che ha impegnato l'azienda nella produzione di una speciale linea di serramenti realizzati appositamente per questa prestigiosa location. La progettazione degli infissi ha seguito le specifiche dettate dallo studio David Chipperfield Architects.

Accanto ai requisiti di efficienza termica e acustica (minimo 41 dB), questa fornitura ha richiesto una specifica finitura estetica: ognuno dei circa 400 pezzi ha avuto una verniciatura eseguita esclusivamente a mano con il pennello per offrire l'effetto visivo e tattile di una produzione artigianale non eseguita con i moderni impianti di verniciatura automatizzati. È stato infatti appositamente richiesto dal committente che sui serramenti fossero visibili i solchi del pennello per avere una perfetta corrispondenza del serramento con lo stile retrò scelto per la finitura degli arredi interni.

Api Udine

Considerazioni sulla gestione del capitalismo individuale delle micro e piccole imprese

Luigi Pastore

Dal caos al cosmo

In molti affermano che la crescente imprevedibilità e casualità delle situazioni, rende superflua l'attività di analisi, previsione e programmazione che avrebbe rischi, costi troppo elevati e non è nel DNA dei nostri piccoli imprenditori.

Chi ha elaborato questo testo è consapevole di questa difficoltà, ma è convinto che per le PMI e i loro immaginifici titolari, allo stato attuale, un percorso metodologico e programmatico, per quanto non esaustivo, è pur sempre un avanzamento rispetto ai tentativi ed alle improvvisazioni del passato, che rappresentano oggi il vero limite nello sviluppo di progetti globali e competitivi.



MARTE
EDIZIONI

MISSIONE CERN

Tra ricerca, innovazione e tecnologia

a cura di
Giacomo Cecchin*

Una visita al Cern, l'Organizzazione Europea per la Ricerca Nucleare, è un'esperienza imprescindibile non solo per chi fa della ricerca la sua professione ma anche per gli imprenditori che possono toccare con mano quanto sia importante la tecnologia nei progetti legati agli acceleratori. Per questo i giovani imprenditori di Apindustria Mantova hanno organizzato quella che hanno chiamato Missione CERN, una visita ai laboratori svizzeri che si è tenuta venerdì 22 aprile e che è stata possibile grazie alla disponibilità di Augusto Ceccucci, fisico italiano al Cern dal 1996 e che collabora tra gli altri al progetto di ricerca NA62.

«È stato entusiasmante vivere per una giornata l'ambiente del Cern – sottolinea Erica Gazzurelli, presidente di Api Giovani – si respira la passione, l'impegno e l'entusiasmo che i ricercatori mettono nei loro progetti e soprattutto una metodologia di lavoro che offre ottimi spunti anche alle imprese».

Una quindicina di imprenditori hanno potuto visitare non solo i luoghi aperti al pubblico ma anche alcune zone dell'area dove sono realizzati gli esperi-

menti legati agli acceleratori, uno dei maggiori vanti del Centro di ricerca. Gli imprenditori hanno avuto la fortuna di essere accompagnati dal fisico Augusto Ceccucci che con un linguaggio chiaro ed efficace è riuscito a trasmettere ai partecipanti l'importanza dei progetti in corso e delle ricerche portate avanti dal laboratorio, fondato nel 1954 e che costituisce una delle eccellenze al mondo e conosciuto per l'LHC, un collisore di 27 km di circonferenza, un acceleratore di particelle che contribuirà ad una migliore comprensione dei segreti più profondi dell'Universo.

Al mattino i partecipanti hanno visitato le parti aperte al pubblico del CERN e in particolare il Microcosm e il Globo della Scienza e dell'Innovazione, una struttura in legno di 27 metri in altezza e 40 metri di diametro. Qui si trovano le presentazioni dei principali esperimenti e si può assistere alle dimostrazioni di funzionamento degli acceleratori oltre alle più recenti scoperte a livello di scienza, fisica delle particelle, tecnologie di punta e alle loro applicazioni nella quotidianità.

«Abbiamo visto all'opera un esempio di collaborazione a livello internazionale che lavora per obiettivi, senza dimenticare le esigenze di budget ma con una visione di lungo periodo – ha dichiarato Erica Gazzurelli – confronto e collaborazione sono le parole chiave per le aziende, soprattutto in questo periodo di difficoltà che sembra non avere mai fine».

Nel pomeriggio i giovani imprenditori hanno potuto osservare la caverna dove nell'ottobre del 2014 inizierà il cosiddetto esperimento NA62 che punta ad osservare il decadimento ultrarosso del mesone K⁺. In particolare ci si è soffermati sulla tecnologia utilizzata per il progetto e sui vari componenti che rendono possibile l'osservazione del comportamento delle particelle e la registrazione dei dati necessari alla verifica delle ipotesi sperimentali. La giornata si è conclusa con la visita al centro di controllo degli Acceleratori che è forse il più grande al mondo e dove si vedono lungo le pareti una serie di bottiglie di champagne stappate per festeggiare l'accensione di LHC avvenuta il 10 settembre 2008.

Citiamo per dovere di cronaca i nomi dei partecipanti alla visita al CERN: Daniele Baldan, Umberto Bisi, Giovanni Capra, Giacomo Cecchin, Caterina Cherubini, Elena Ferrari, Erica Gazzurelli, Daniele Gotti, Elisa Govi, Michelangelo Martelli, Vittorio Martini, Massimo Ravagnani, Stefano Ravagnani, Alessandra Rebecchi e Laura Sargentini.



Missione CERN: foto di gruppo nel Centro di controllo per i partecipanti alla visita



La riproduzione dell'acceleratore LHC: in primo piano a sinistra il fisico Augusto Ceccucci

CALA LA SPESA ENERGETICA = BUONA NOTIZIA?

In realtà i costi rimangono alti
e diminuiscono i consumi per la crisi

«**L**a spesa energetica è calata nel 2012 ma non per un abbassamento dei prezzi ma solo per la riduzione dei consumi» così ha esordito Giovanni Capra, presidente di Api Energia davanti a oltre 70 imprenditori alla tradizionale assemblea del Consorzio che fa capo ad Apindustria Mantova. In Italia purtroppo i costi dell'energia non calano ma il problema sta soprattutto nella parte della tariffa legata agli oneri di rete e ai costi di fornitura: in questo caso anche se le aziende lavorano sull'efficienza e puntano al risparmio l'energia alla fine costa comunque troppo. «Nessuno sembra avere in questo Paese la ricetta giusta o la bacchetta magica per risolvere i problemi dei costi di approvvigionamento – prosegue il Presidente Capra – e anche in questa campagna elettorale i temi energetici non sono stati all'ordine del giorno, dimostrando come in questo Paese si ragioni secondo la logica dell'emergenza e non della programmazione».

Il Presidente Capra ha poi passato la parola a Maurizio Melis, giornalista di Radio 24 – Il sole 24 ore, specializzato in temi energetici e che ha ideato e condotto la trasmissione Mr Kilowatt e attualmente è autore di Smart City, la città intelligente.

Maurizio Melis ha iniziato ricordando la precedente Assemblea del Consorzio energia di Apindustria dove in una memorabile serata aveva intervistato il prof. Bruno Coppi del Mit di Boston, il tutto poco prima che l'incidente di Fukushima provocasse l'addio definitivo dell'Italia al nucleare.

Il giornalista nel suo intervento ha presentato casi concreti di efficienza energetica come le pompe di calore, le celle a combustibile e l'illuminazione intelligente a dimostrazione che consumare meno si può, consumare meglio si deve anche nell'ottica della responsabilità ambientale. In particolare Maurizio Melis ha fatto riferimento alla cosiddetta "legge di Rosenfeld" un'affascinante chiave di lettura per la strategia energetica del futuro che mette al centro l'efficienza energetica.

«Ridurre il costo del gas magari lavorando sugli stoccaggi e facendo partire almeno un paio di progetti di rigassificatori – ha sottolineato Melis – que-



I relatori dell'Assemblea di Api Energia: da sinistra il giornalista Maurizio Melis, Giovanni Capra, Mattia Biroli e Giovanni Acerbi

sto consentirebbe di accedere ad un gas a miglior prezzo (anche il 30% in meno del costo attuale delle forniture di gas dalla Russia). Infatti riuscire a diversificare i fornitori porta alla possibilità di abbassare i prezzi e di ottenere condizioni migliori».

L'intervento del giornalista si è spostato poi sugli incentivi più efficaci per l'efficienza energetica.

«Sarebbe opportuno stabilizzare sul lungo periodo incentivi come il 55% previsto per gli investimenti sull'efficienza energetica nel settore edile – ha proseguito il giornalista – senza certezze è difficile che si sviluppino investimenti: un rinnovo di sei mesi in sei mesi non aiuta sicuramente».

Maurizio Melis ha inoltre ricordato l'esperienza positiva dei certificati bianchi per l'incentivazione dell'efficienza energetica: «Sono strumenti che offrono maggiori risultati e rispetto alle rinnovabili. Sicuramente perseguire obiettivi di efficienza energetica costa meno di quanto serve per sviluppare le rinnovabili e in ogni caso consumare meglio fa bene a tutto il sistema: aziende e cittadini». «Il nostro obiettivo è quello di rafforzare gli strumenti che le aziende hanno per governare nel miglior modo possibile il proprio consumo energetico – ha concluso il presidente Capra – infatti risparmiare è importante ma lavorare sull'efficienza energetica lo è di più e per far questo occorre un monitoraggio continuo della situazione e la capacità di leggere i dati in ottica di efficientamento».

* Apindustria Mantova

AGGREGAZIONI E RETI D'IMPRESA

All'estero si va in rete

a cura di
Pasquale Latorre*

“Sostegno all'internazionalizzazione delle pmi lucane”; è il nome del bando che la Regione Basilicata ha emanato, a valere sul PO FESR 2007-2013, per aumentare il potenziale di internazionalizzazione delle piccole e medie imprese, con una dotazione di 2.800.000,00. euro. La novità del bando, che all'inizio ha suscitato qualche malumore tra gli operatori, sta nel fatto che i soggetti beneficiari devono predisporre progetti di internazionalizzazione in forma associata (reti d'impresa, raggruppamenti temporanei d'impresa, consorzi e società consortili). I settori del turismo e commercio sono esclusi.

Confapi Matera, che ha dato un contributo nella concertazione svoltasi con le parti sociali prima della redazione del bando, è all'opera per mettere insieme imprese che possano concorrere al contributo regionale, presentando progetti di internazionalizzazione. I settori agroalimentare, legno-arredamento (mobile imbottito) ed elettromeccanica, sono quelli direttamente coinvolti dall'Associazione materana.

Uno dei gap principali dell'economia lucana è proprio la scarsa propensione all'export, cosa che, in un periodo in cui la domanda interna è crollata, significa avere poche possibilità di uscita dalla crisi. Di qui lo sforzo della Regione Basilicata e delle Associazioni imprenditoriali per aumentare la presenza all'estero delle imprese lucane. Infatti, poiché l'economia in Italia ristagna, le aziende che puntano sul mercato interno sono in difficoltà, a differenza di quelle che vendono all'estero e che riescono a salvarsi.

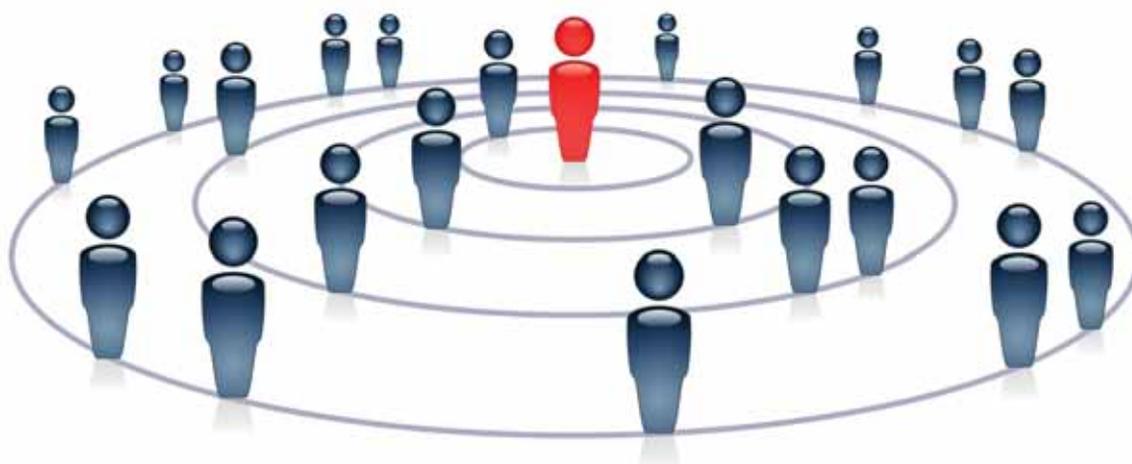
Per supportare i propri associati nei progetti di internazionalizzazione, Confapi Matera sta attivando una struttura tecnico-operativa esterna e permanente, atte-

so che i progetti devono esplicitarsi per la durata di 18 mesi e non tutte le imprese dispongono di un ufficio estero. La struttura offrirà servizi di consulenza per l'apertura di nuovi mercati o per il consolidamento di mercati già serviti, operando analisi e ricerche sui mercati esteri e formulazione delle strategie di posizionamento e di marketing, fornendo assistenza con i partner esteri, assistenza per gli aspetti legali, fiscali, contrattuali per l'estero, assistenza di personale qualificato per incontri all'estero e per la partecipazione a gare internazionali, e altre attività di supporto all'internazionalizzazione.

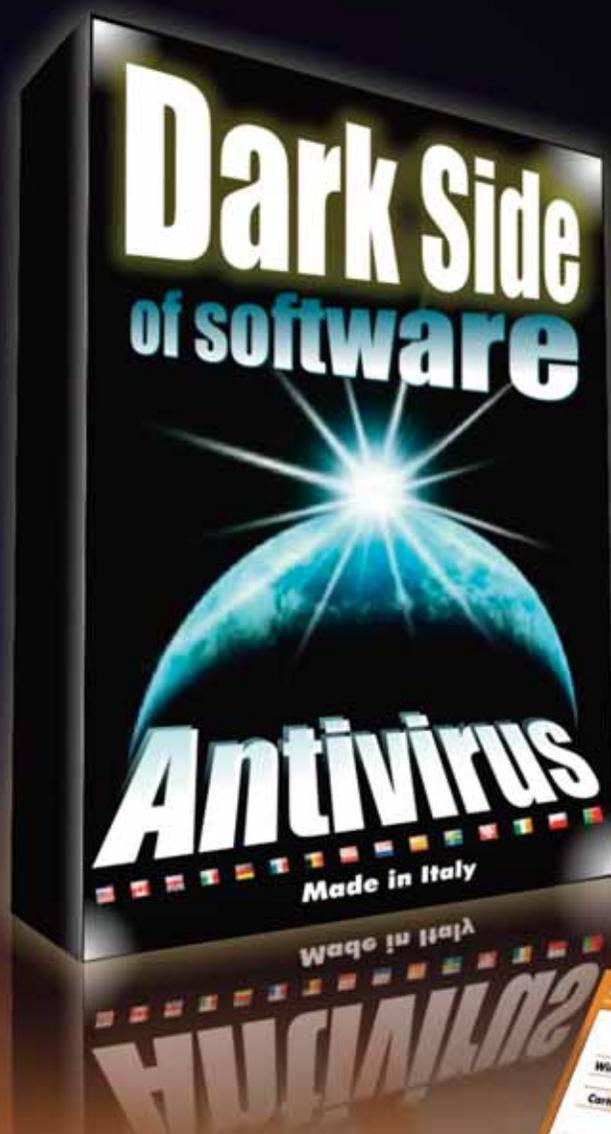
Fondamentale è anche l'assistenza per la prima partecipazione collettiva ad una determinata manifestazione fieristica, quindi il noleggio dell'area espositiva e la progettazione/realizzazione dello stand in comune, allestimento e pulizia stand, allacciamenti, trasporto dei materiali/prodotti, costo di hostess/interpreti e della produzione e traduzione in lingua estera e plurilingue di brochure o cataloghi per lo stand.

Una delle principali necessità espresse dalle imprese materane e lucane riguarda le azioni promozionali sui mercati esteri, quindi la progettazione di strumenti di comunicazione (marchio, catalogo, depliant, sito internet, ecc.), materiale pubblicitario e promozionale in lingua estera e plurilingue dei propri prodotti e acquisto di spazi pubblicitari su carta stampata, televisione, cartellonistica, siti internet e simili. Da ultimo, la struttura tecnica predisposta da Confapi Matera di occuperà anche della promozione per la realizzazione temporanea (max 12 mesi) all'estero di showroom, centri espositivi e centri servizi per la promozione.

*Confapi Matera



Un programma tutto italiano
con un concetto innovativo di protezione



Promozione Speciale!

Per i lettori
della rivista Innovare
60gg licenza full gratis.
Collegati al sito
www.darksideantivirus.com
e inserisci il codice:
AMM11PG03



DOWNLOAD
DOWNFOVD

i virus avranno vita breve...
no chance for any virus...

www.darksideantivirus.com

LA SCIENZA DA VICINO ALLA PORTATA DI TUTTI

Le iniziative del Joint Research Centre (JRC) rivolte al pubblico e ai giovani

a cura di
Berta Duane*



'La Scienza per te'

Quale motto migliore per il servizio scientifico interno della Commissione europea per aprire le sue porte al pubblico durante l'anno europeo dei Cittadini 2013?

Sabato 4 maggio, dalle 10 alle 17, al Joint Research Centre (Centro Comune di Ricerca) di Ispra questo motto prenderà vita attraverso attività interattive per grandi e piccini. Presentazioni e sperimentazioni sul campo, conferenze e visite in laboratori unici illustreranno la scienza che sta alla base di molte politiche europee: dall'agricoltura alla sicurezza nutrizionale globale, dall'uso efficiente delle risorse naturali alla salute pubblica e alla sicurezza delle persone. Il JRC fornisce solide basi scientifiche in un vasto spettro di politiche europee che promuovono la crescita e la stabilità, un ambiente sano e sicuro, la tutela dei consumatori e la sicurezza dell'approvvigionamento energetico.

Durante la giornata gli scienziati provenienti da tutta Europa (e oltre) forniranno una panoramica del loro lavoro: come sviluppano modelli e scenari per valutare le scelte politiche, come interpretano le immagini satellitari per prevedere le prossime grandi inondazioni, analizzano le emissioni di vari tipi di veicoli e fanno tremare edifici di vari piani simulando terremoti.

La Commissaria europea Maire Geoghegan-Quinn, responsabile per la ricerca e l'innovazione, taglierà il nastro dell'inaugurazione a Ispra del nuovo Centro per i Visitatori che illustrerà un ampio spettro delle attività del JRC. Dotata di strumenti interattivi e multimediali, questa nuova struttura accoglierà visite individuali o di gruppi e ospiterà il globo luminoso tridimensionale che il-

lustra le attività globali di questo polo europeo di ricerca. Le attrazioni non mancheranno di certo anche quest'anno e si spera di superare il record di visitatori dell'ultima edizione dell'Open Day di due anni fa.

Dal nucleare a una vasta gamma di ricerche per affrontare le sfide attuali

In passato, il sito isprese del JRC poteva essere percepito come una 'cittadella chiusa'. Inaugurato il 13 aprile 1959 alla presenza del Presidente della Repubblica Italiana Giovanni Gronchi, il Centro di studi nucleari di Ispra ospitava sulla sua area di 160 ettari il primo reattore nucleare di ricerca operativo in Italia. Nel 1960, il Centro di Ispra fu ceduto dal Governo Italiano alla Comunità europea dell'energia atomica (EURATOM). Il certificato di nascita del JRC era stato firmato a Roma già nel 1957 con il Trattato Euratom che dava mandato alla Comunità europea dell'energia atomica (Euratom) di contribuire alla creazione e allo sviluppo dell'industria nucleare europea, attraverso l'istituzione del Centro comune di ricerca gestito dalla Commissione europea (Articolo 8 del Trattato).

Per tanti anni le ricerche svolte ad Ispra si concentravano sulla sicurezza nucleare e richiedevano il rispetto di rigidi controlli di accesso e un grado elevato di riservatezza.

L'apertura verso il pubblico ha avuto inizio dopo un processo di riesame del mandato e della vocazione del JRC, sviluppatosi negli anni '80. La missione del Centro è progressivamente cambiata, focalizzandosi sempre meno sulla ricerca e lo sviluppo nucleare. Oggi il JRC funziona come punto di riferimento scientifico e tecnologico per tutta l'Unione europea su questioni di primo piano come le sfide economiche, i cambiamenti climatici, l'energia e i trasporti, la competitività, la salute e la sicurezza alimentare.

Pienamente in linea con le sue priorità, Il JRC



sostiene la strategia "Europa 2020" dell'Unione europea per l'occupazione e la crescita sostenibile, in particolare nell'ambito dell'iniziativa "Unione dell'Innovazione". Il JRC conduce ricerca pre-normativa e contribuisce alla definizione degli standard e all'armonizzazione dei valori di riferimento e dei metodi, studia il collegamento fra competitività, ricerca e industria e fornisce analisi quantitative e valutazione d'impatto delle iniziative che puntano a rafforzare il settore finanziario.

Trasparenza e collaborazione

"Il JRC è accessibile a 360°" dichiara il Direttore Generale Dominique Ristori. "La trasparenza e la cooperazione a tutti i livelli sono fondamentali per affrontare le sfide senza precedenti che l'Europa deve affrontare oggi. Per rilanciare la crescita economica e la creazione di posti di lavoro, l'innovazione e la scienza sono pilastri importanti. Il JRC favorisce la condivisione di know-how e tecnologia collaborando con un gran numero di organizzazioni pubbliche e private, centri di ricerca, università, autorità locali, associazioni industriali e aziende e con organizzazioni internazionali."



Dominique Ristori, Direttore generale del JRC, dà il benvenuto ai visitatori dell'Open Day 2011

Dalla Festa Schuman a numero chiuso all'Open Day per tutti

Ormai sono trascorsi più di vent'anni dal primo invito a partecipare a un giro guidato dei laboratori rivolto al pubblico, nel 1992. Allora, solo i primi 300 iscritti potevano partecipare.

La cosiddetta Festa Schuman è diventata una tradizione per commemorare l'anniversario della Dichiarazione di Robert Schuman, punto di partenza della creazione dell'Unione europea. Il di-



Prima visita nel 2002

scorso tenuto a Parigi il 9 maggio 1950 dall'allora Ministro degli Esteri del governo francese Robert Schuman viene, infatti, considerato il primo discorso politico ufficiale in cui compare il concetto di Europa come unione economica e rappresenta l'inizio del processo d'integrazione europea.



Il laboratorio ELSA per le prove strutturali degli edifici sotto l'assalto di visitatori durante le Porte Aperte del 2011

Dal 1992 al 1999, sempre nel mese di maggio, si poteva prenotare la visita guidata, tramite iscrizione al telefono, fino all'esaurimento dei 300 posti.

La prima visita libera dei laboratori fu organizzata il 13 maggio 2000 e ha visto la partecipazione di 1.100 persone.

Il 14 maggio 2011 oltre 10.000 visitatori, in rappresentanza di 65 nazionalità e tutte le fasce d'età, hanno esplorato la mostra speciale sui cambiamenti climatici e altri 80 esperimenti e attività.

Assicurare il futuro della ricerca – cercasi giovani scienziati

Entro il 2020, l'Unione europea dovrà trovare fino a un milione di ricercatori in più per garantire l'auspicato sviluppo socioeconomico. D'altronde i giovani sono stati particolarmente colpiti dalla crisi economica. Nel gennaio 2013, il tasso di disoccupazione giovanile nell'UE era del 23,6%, più del doppio di quello delle altre fasce di età. Nell'UE 7,5 milioni di giovani europei, di età compresa tra i 15 e i 24 anni, sono disoccupati e al di fuori di ogni ciclo di istruzione e formazione. E' più che mai opportuno risvegliare l'interesse dei giovani, uomini e soprattutto donne, nei confronti delle scienze. Oltre a dare splendide opportunità di carriera, la scienza offre loro la possibilità di fornire un contributo decisivo alla nostra società e al nostro futuro. Alla luce di queste esigenze, la Commissione europea è impegnata in varie campagne per fare in modo che un numero maggiore di giovani si accostino alla scienza e per incoraggiare ragazze e ragazzi a dedicarsi alla ricerca.

Il JRC si impegna da anni in questa direzione con azioni mirate ad aprire il mondo della ricerca applicata ai giovani e incoraggiarli a scegliere carriere scientifiche. Le iniziative del JRC vanno dalla ormai tradizionale giornata bi-annuale per le scuole a Ispra al sostegno a iniziative a livello nazionale.

Nel 2012, oltre a ospitare visite di studenti nei suoi siti, il JRC ha contribuito a eventi come il "BT Young Scientist & Technology Exhibition" a Dublino (Irlanda), la Notte dei Ricercatori a Torino, il Festival della Scienza a Genova e ha organizzato seminari per giovani ricercatori in Portogallo.

L'anno scorso il JRC ha ospitato a Ispra i vincitori di premi speciali nell'ambito del 24° concorso dell'Unione europea per giovani

L'Ufficio Scolastico Regionale per la Lombardia, in particolare, ha visto nel JRC di Ispra della Commissione Europea una grande opportunità sul proprio territorio. Gli studenti sono ora protagonisti insieme con i loro insegnanti di nuove esperienze in cui si scoprono curiosi e creativi e dialogano con i ricercatori, anche attraverso il linguaggio del gioco. Moltissimi di loro, spesso insieme con le famiglie e le istituzioni del territorio, a Ispra hanno potuto conoscere un ambiente internazionale, intrecciare contatti con i ricercatori di tutte le nazionalità e pensare e ragionare con orizzonti più ampi; le esperienze nei laboratori del J.R.C., in Italia e in altre sedi europee, li hanno fatti sentire ancora di più e consapevolmente veri cittadini europei.

Giovanna GUSLINI,
Referente M. I. U. R. Ufficio Scolastico Regionale per la Lombardia
per i progetti con il J. R. C "Scuola e Ricerca in Europa"



Giovani in uno scavo per capire l'importanza della qualità del terreno durante una Giornate per le Scuole



scienziati e del concorso tedesco 'Jugend forscht', che con oltre 10.000 partecipanti all'anno è il più grande concorso nazionale giovanile di scienza e tecnologia in Europa. Nel febbraio di quest'anno, oltre 60 studenti che hanno aderito alla 5ª edizione del Premio per la Fisica "Valerio Filippini" hanno avuto l'occasione di vedere applicazioni concrete della scienza fisica, quali la produzione di un radio farmaco per la diagnosi tumorale. Le iniziative elencate sopra sono soltanto alcuni esempi, e nuove idee e progetti sono in corso. Il secondo premio del concorso fotografico "Che cosa significa la scienza per te?"

organizzato nel contesto della campagna europea "La scienza: un gioco da ragazze!" consiste in un viaggio a Ispra che permetterà alla squadra vincente di giovani tra i 13 e 18 anni di scoprire un

Future scienziate al microscopio durante la visita di laureati del concorso tedesco in 2012

ambiente di ricerca multinazionale.

Tante iniziative del JRC Ispra sono stati realizzate grazie alla collaborazione con l'Ufficio Scolastico Regionale per la Lombardia del Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, come per esempio il concorso nazionale "SCIENZA E CREATIVITÀ IN CLASSE", promosso durante l'Anno Europeo della Creatività e dell'Innovazione nel 2009. I tre vincitori, uno per ogni grado di scuola, hanno ricevuto i premi dal Commissario europeo per la Scienza e la Ricerca Janez Potočnik durante l'Open Day il 16 maggio 2009. Lo scopo di questo concorso era quello di avvicinare i giovani alla scienza e si è rivelato un grande successo: la giuria aveva il difficile compito di selezionare i tre progetti più creativi e rilevanti tra le oltre 200 proposte pervenute – pagine web, video, giochi, canzoni, giornali su temi quali i cambiamenti climatici, la sicurezza alimentare e le energie rinnovabili.

Il programma della Giornata Porte Aperte del 4 maggio 2013 si può consultare su www.jrc.ec.europa.eu/ispra-openday-2013 dove è possibile anche la registrazione.

Berta Duane
* JRC

Porte Aperte e Giornate per Scuole in numeri

Anno		Visitatori
1992 – 1999	Visite guidate	320
13/05/2000	Schuman Day	1100
12/05/2001	Open Day	3000
15/05/2004	Schools Day	26 scuole con un totale di 1150 giovani visitatori
28/05/2005	CCR INVITA	1200
13/05/2006	Open Day	2800
12/05/2007	Open Day + Anniversario 50 anni Ue	7800
23/05/2008	Schools Day	24 scuole per un totale di 1300 ragazzi
16/05/2009	Open Day	8128
01/03/2010	Schools Day	23 scuole – 944 studenti
14/05/2011	Open Day	10292
14/05/2012	Schools Day	20 scuole con 866 studenti



Relais
Bellaria
Hotel & Congressi

Via Altura, 11/bis - 40139 Bologna
Tel. +39 051 453103 - Fax +39 051 6278796
E-Mail: info@hotelrelaisbellaria.com

Consulta il nostro sito per le promozioni!
www.hotelrelaisbellaria.com



In questo numero si parla di...

3POINTS BROKERS	18, III COP	CONFAPI VARESE	12	L'AMMONITOREWEB	51
AFFIDABILITÀ & TECNOLOGIE	44	DARKSIDE ANTIVIRUS	61	LYTO'S	IV COP
API LECCO	52	FASDAPI	17, 19, 21, 23, 25	MALPENSA.NET	39
API UDINE	46, 54	FESTIVAL DELL'INNOVAZIONE	42	PREVINDAPI	8, 9
APINDUSTRIA BRESCIA	6	HOTEL RELAIS BELLARIA	65	RINNOVABILI 2.0	37
APINDUSTRIA MANTOVA	58	IDP TECH	34	SIPSA	40
CONFAPI BARI E BAT	48	ISFOR API	38	SUPSI	30, 40
CONFAPI ENERGIA	4	JELIUC	14	TERRAFUTURA	33
CONFAPI MATERA	60	JRC	62	THINKSTOCK	II COP, 28

Hanno collaborato a questo numero

Andrea Barolini
Giuseppe Bratta
Matteo Campari
Andrea Castrovinci
Giacomo Cecchin
Ivano De Pellegrin

Berta Duane
Giulia Fornara
Stefania Giussani
Pasquale Latorre
Gabriella Longu
Massimo Maisetti

Matteo Marchizza
Gabrio Manocchio
Luigi Pastore
Giulia Porreca

INNOVARE

Organo Scientifico Ufficiale di CONFAPI
Confederazione Italiana
della Piccola e Media Industria Privata

Direttore responsabile **Marco Tenaglia**

Direttore editoriale **Fabio Chiavieri**

Caporedattore **Cristina Gualdoni**

Comitato Scientifico

**Gianluca Carta, Guido Chiappa, Antonio Cianci,
Gian Franco Colomba, Eugenio Corti,
Paolo Giorgetti, Simone Maccagnan,
Giordano Mancini, Raffaella Manzini,
Roberta Pezzetti**

Innovare è edita da

Mar.Te Edizioni srl

Via Magenta 9 - 21100 Varese

Tel. +39 0332 283009 (6 linee ra) • Fax +39 0332 234666

info@martedizioni.eu • www.rivistainnovare.com



Immagini e foto di copertina

Thinkstock

Stampa **Tipografia Galli** - Varese

Pubblicazione autorizzata e registrata
presso il Tribunale di Varese
al n. 797 in data 11.07.2000

Spedizione in A. P. 70% - LO/MI

© Copyright **Mar.Te Edizioni srl**

La riproduzione anche parziale di quanto pubblicato
nella rivista è consentita solo dietro autorizzazione dell'Editore.
L'Editore non assume alcuna responsabilità per gli articoli firmati.



Innovare è associato USPI Unione Stampa Periodica Italiana

Abb. annuo Italia € 25,00 - Estero € 40,00

Ufficio Pubblicità e Abbonamenti Valentina Gumirato

Tel. 0332 283009

valentina@rivistainnovare.com

Ricerca partner commerciali

Insedimenti commerciali

Approfondimento mercati

Brokeraggio export

Emirati Arabi

USA / Canada

Russia

Brasile

India



3Points Brokers SAGL – C.so San Gottardo 25 – CHIASSO

Per informazioni: international@martedizioni.eu



NEWS

10/04/2013

Nuovi successi di AUTOMHA e LYTO'S

Prosegue con successo la collaborazione tra LYTO'S ed AUTOMHA sia in ambito...

22/03/2013

Il magazzino del mese

Dopo l'ottima esperienza del magazzino MIVOR entrato in funzione...

27/02/2013

Indice di massima affidabilità a LYTO'S

Il rapporto D&B certifica lo stato di ottima salute di un'azienda prossima a compiere...

31/12/2012

2012 ricco di soddisfazioni per LYTO'S

Decisamente buoni i risultati raggiunti nel 2012 nonostante la pesante crisi...

LYTO'S il partner ideale per la realizzazione del tuo magazzino automatizzato

- 50 anni di **esperienza** e **forte specializzazione** nel settore dei magazzini automatizzati
- grande ventaglio di **soluzioni ad hoc** capaci di soddisfare tutte le necessità del Cliente
- **organizzazione** aziendale **dinamica** ed **esperta** nella gestione di progetti complessi
- alto livello di **internazionalizzazione** con impianti progettati ed installati in tutto il mondo
- **competenze** e **conoscenze complete**, dal progetto delle fondazioni al rivestimento architettonico
- **affidabilità** aziendale e **qualità** delle realizzazioni al più alto livello del mercato



Vieni a leggere tutte le news complete nel nostro sito.

LYTO'S Spa Italy - Casalserugo (PD) - Via Cà Ferri 45
Tel +39 049 8742511 - Fax +39 049 8742599
E-mail: lytos@lytos.com

www.lytos.com