

«Assimprese News» - N. 3/2009 - Dicembre
Periodico di Confartigianato Assimprese di Imola e del territorio bolognese
Sede: via Amendola, 56/D - 40026 IMOLA (0542.42112)
aut. tribunale Bologna 7424 del 16/04/2004 - Sped. Abb. Post.
D.L. 353/2003 conv. L. 27/02/2004 nº 46 art. 1, comma 2, DBC Bologna

SSIMPRESE, SOCIETÀ

Una moderna rappresentanza

Bushasipianato Bushasip

In questo numero

Pagina 2

Eletto il consiglio

Le riconferme e la novità delle deleghe.

Pagina 6

Intervista al vice presidente

Paolo Franceschi fa il punto.

Pagina 8

Il convegno

La rete vista da due lati. Le relazioni dei professori.



con 2009 An 03 news indd 1 4-12-2009 13:04:52



Riconfermati Calamelli, Franceschi, Renzi e Pirazzoli

Continuità e innovazione

Il nuovo Consiglio punta su comunicazione e deleghe specifiche per una rappresentanza più efficace. In arrivo una serie di momenti di studio e formazione sui principali temi del dibattito locale e nazionale.



Alcuni componenti della di unta di presidenza. Da sinistra: il vice segretario Massimo Pirazzou, Tiziano Poggipollini, il presidente dian Cario Calamelli, il vice presidente Paolo Franceschi, Fabio Sarti, Luca Zini e il segretario Amilicare Renzi

enerdi 13. in barba alle superstizioni anglosassoni, Confartigianato Assimprese ha rinnovato il Consiglio direttivo dell'associazione, che resterà in carica per i prossimi quattro anni. I delegati hanno riconfermato Gian Carlo Calamelli alla presidenza e Paolo Franceschi alla vice presidenza. Riconfermati anche il segretario Amilcare Renzi e il vice Massimo Pirazzoli. « A Calamelli – ha detto Renzi alla fine del Congresso – affidiamo il ruolo di guida nobile del Consiglio, in

buona parte rinnovato con l'ingresso di quarantenni. Le nuove generazioni di imprenditori hanno bisogno di una moderna rappresentanza e il nuovo Consiglio dovrà sviluppare network di relazioni con gli associati e il territorio, facendosi carico dei cambiamenti e dell'innovazione che i tempi esignno»

Proprio dal Consiglio arriva la principale novità di questo congresso: la nomina di consiglieri delegati che entrano a far parte della Giunta di presidenza e, come spiega il presidente Calamelli «ci rappresentano nei rapporti con le amministrazioni pubbliche e nei tavoli tecnici con le altre associazioni. Abbiamo attribuito le deleghe sulla base delle professionalità, in modo da garantire operatività e competenza su temi particolarmente importanti». Fanno parte della Giunta di Confartigianato, oltre alle cariche di vertice: Mario Colonnese, con delega a Sicurezza sul lavoro e Ambiente; Gianfranco Montanari, con delega a Edilizia e Urbanistica; Fabio Sarti, con delega a Innovazione e

tecnologia: Tiziano Poggipollini: Luca Zini. Oltre ai membri della Giunta, compongono il Consiglio: Vittorio Benini, Massimo Calvi, Elena Camaggi, Sauro Cesari, Lea Crisantema, Arcangelo Martini, Miria Marzocchi, Danilo Zanelli, Marta Zuffa (coordinatrice del gruppo «Donne e impresa»). Fra le linee indicate dal Congresso, per i prossimi quattro anni, vi è lo sviluppo di momenti di studio e formazione per accrescere le competenze degli associati sui principali temi del dibattito locale e nazionale.



Edile, eppur si muove. Pronti al confronto con Comuni e cooperative

Il consigliere delegato Gianfranco Montanari fa il punto sul comparto.

Il mercato edile sul nostro territorio ha subito una fermata nei primi mesi dell'anno, durante i quali si è lavorato su quanto avviato precedentemente. In questi ultimi due mesi abbiamo assistito a una ripresa del movimento presso le agenzie. C'è un ritorno d'interesse verso un prodotto più grande, con un numero di vani maggiore rispetto a quanto si chiedeva negli anni scorsi. C'è una crescita di attenzione verso prodotti di qualità, in aree tranquille,

ricche di verde». Così Gianfranco Montanari, consigliere delegato per edilizia e urbanistica di Confartigianato Assimprese, valuta la situazione del suo comparto sul territorio imolese. Presto per parlare di ripresa, anche se qualcosa si muove, pur nelle difficoltà: « Oggi dobbiamo accettare pagamenti più lunghi, dilazionati. Anche di molti mesi, poiché spesso si tratta di acquirenti che hanno già un immobile, che intendono mettere in vendita per finanziare Il nuovo. Così i costruttori devono essere In

condizioni di poter anticipare il finanziamento del nuovo, in attesa di vendere il vecchio ». Riguardo al mercato «c'è stata minore immissione di appartamenti nuovi e questo, se da un lato è negativo per chi lavora, contribuisce alla tenuta dei prezzi». E ora come si va avanti? «Bisogna cominciare ad analizzare bene il sistema e individuare azioni utili da sviluppare, come l'affitto calmierato e incentivi per l'acquisto in determinate zone. Sono azioni che in alcuni casi si sono già

avviate ma che si possono estendere in tutto il circondario. Secondo noi si potrebbero integrare il sistema delle piccole e medie imprese edella cooperazione in un quadro equilibrato, con la logica di favorire la scelta e dare più opportunità alle famiglie. Noi, ovviamente, siamo disponibili a sederci a un tavolo con le istituzioni e il mondo delle cooperative, per valutare tutte le possibilità, cercando anche, se possibile, di cogliere ogni possibilità offerta dal governo ».

Congresso 2009

Tutto esaurito al convegno «La forza del Network»

Dalla Casa delle Imprese alla Rete



I congresso di Confartigianato Assimprese si è chiuso in grande stile, il 12 e il 13 novembre, a Imola, nella nuova Casa delle Imprese. La sera del primo giorno si è svolto il convegno: «La forza del network. La rappresentanza che si rinnova. La Rete come modello per le imprese ». La serata era aperta al pubblico: oltre 150 persone che hanno riempito tutti i posti nell'auditorium e la sala del Consiglio, del secondo piano, dove era possibile seguire l'iniziativa in collegamento video. Dopo gli interventi del segretario Amilcare Renzi e del sindaco di Imola, Daniele Manca, è stata la volta del segretario nazionale di Confartigianato, Cesare Fumagalli, in videoconferenza dalla sede provinciale di Lecco. Cuore della serata erano le relazioni del prof. Giovanni Boccia Artieri, presidente della laurea in Scienze della comunicazione dell'università di Urbino e vicedirettore del La.ri.ca. (Laboratorio di ricerca comunicazione avanzata) e del prof. Alessandro Grandi, docente di Economia e organizzazione aziendale e presidente del corso di laurea in Ingegneria gestionale dell'università di Bologna. Entrambi gli accademici hanno affrontato il tema del convegno da due punti di vista: il primo da quello della comunicazione e della rappresentanza, il secondo da quello delle organizzazioni fra imprese.







«Aperti ai cambiamenti»

Sintesi della relazione del Segretario di Confartigianato Assimprese, Amilcare Renzi, al convengo «La Forza del Network» (l'intervento completo è sul canale YouTube raggiungibile dal sito Web confartigianato-assimprese.it).



uesta crisi, ci auguriamo, ci consegnerà un'economia più reale. basata sul lavoro e sul merito. Ci auguriamo che il mondo del lavoro ritrovi i valori che sembrava aver perduto. Sarà necessario un nuovo senso etico, in un mondo sempre più caratterizzato dallo scambio veloce e globale di informazioni, in cui avranno grande valore le relazioni, la conoscenza, la capacità di innovare Confartigianato da tempo riflette sui modelli di rappresentanza, in una realtà in cui le tecnologie aumentano la tentazione di auto-rappresentarsi. Noi riteniamo opportuno e utile per il nostro sistema associativo, aprire maggiormente le relazioni con tutto il nostro territorio. Per noi è importante aprire canali di comunicazione e di scambio, cominciando dagli imprenditori e dalle istituzioni, per poi estendere il dialogo a chiunque sia affine alla nostra idea di comunità. Non è con presunzione, ma è con orgoglio che vi parlo come rappresentante di un'organizzazione che in questi anni ha dimostrato di essere molto attenta a cogliere i cambiamenti. Siamo stati i primi, fra le associazioni d'impresa, ad adottare le più nuove forme di comunicazione, a sperimentare relazioni guardando anche al di fuori del nostro mondo. Con soddisfazione ci siamo impegnati a fondo nel rapporto con le imprese e la società.

In questo momento di nebbie noi abbiamo il dovere di non perdere il contatto con i nostri imprenditori. Abbiamo il compito di aiutare gli imprenditori a progettare e avviare efficaci e veloci processi di riconversione, di ristrutturazione, di riposizionamento sul mercato. Noi, associazioni di impresa, abbiamo il dovere di qualificare sempre più la nostra azione, per aiutare le nostre aziende ad aggregarsi e a diventare nodi vitali di evolute reti di impresa. Occorre anche una grande stagione di impegno e di messa a disposizione di risorse, per rinnovare il sistema scolastico, rilanciare la cultura tecnica, integrare maggiormente scuola e impresa. Questo è un tema a noi molto caro, che coinvolge anche direttamente le nostre imprese, molte delle quali già pronte a un ricamblo generazionale. Certamente siamo

consapevoli che una grande ed efficace politica di riforma del sistema scolastico possa venire solo dai più alti livelli di governo. Questo però non ci esime di impegnarci, sul territorio, cercando di convogliare energie, idee e risorse per sostenere, in particolare, l'istruzione tecnica.

Questa crisi ha compromesso anche il rapporto di fiducia fra banche e piccole e medie imprese. Gli aiuti al sistema bancario non hanno trovato contraltare in un adeguato sostegno al sistema delle imprese. Occorre recuperare flessibilità nel rapporto fra istituti di credito e imprenditori. Un rapporto che deve basarsi sulla conoscenza dell'impresa e del luogo in cui essa opera, al fine di dare un sostegno alle aziende sulla base di prospettive condivise e sulla ricaduta positiva degli investimenti sul territorio. Le banche devono essere più vicine ai territori e fare di più per aiutare tutta la comunità a superare le oggettive difficoltà di questo terribile periodo. Dal canto nostro, oltre ad aver attivato un'apposita area di consulenza per accompagnare le imprese che vogliano ricapitalizzare o riconvertire le loro produzioni, siamo fra le associazioni che, in Emilia Romagna, hanno dato vita a Unifidi: il più grande consorzio fidi italiano. E grazie al nostro impegno Imola è oggi l'unica città non capoluogo di provincia ad ospitare una sede di Unifidi.

La coesione dimostrata dal nostro territorio, anche in questo difficile momento economico, è la dimostrazione di come da noi la capacità di fare squadra e la solidarietà siamo valori forti. Il confronto leale fra imprese, istituzioni e società, nel rispetto dei ruoli e delle identità di ciascuno, è un elemento valoriale del nostro territorio. Certamente questa crisi ci porterà delle trasformazioni, anche radicali. Occorreranno nuove visioni politiche, serviranno azioni coraggiose, con un respiro lungo. Le idee e le occasioni di business si potranno moltiplicare se saranno superate le vecchie divisioni, le paure e le diffidenze. Il nostro impegno non verrà meno. Confartigianato Assimprese è pronta ad accogliere nuove idee e a stimolare l'impegno delle nuove generazioni.

Estratto dell'intervento del segretario nazionale Cesare Fumagalli

La fine del darwinismo dimensionale, il ritorno del territorio, la necessità di fare rete



ollegato in videoconferenza con la Casa delle Imprese, durante il suo articolato intervento al convegno « La Forze del network », Cesare Fumagalli, segretario nazionale di Confartigianato, si è allacciato al tema delle reti d'impresa, che consentono di crescere nel business senza perdere la propria identità, definendo «lascito positivo della crisi» la rinuncia a rincorrere «una forma di darwinismo dimensionale relativo alle imprese». Fumagalli, che parlava dalla sede della Confartigianato di Lecco, ha ricordato come sia «stato predicato fino a ieri che più si era grandi e più si era idonei alla dimensione della globalizzazione. E' stato predicato che le banche dovessero fondersi, poi fondersi ancora e diventare giganti », ma «la lezione è che le banche che hanno saputo mantenere il rapporto con il territorio, con le persone, con le imprese fatte di persone, sono quelle che hanno meglio "performato" durante la crisi». E la lezione, per Fumagalli, «vale anche per le imprese, Meglio ha resistito quel tessuto diffuso di imprese che è stato sul territorio». Questa, ha continuato Fumagalli, «è una lezione che spero servirà a reimpostare strutturalmente una politica economica del Paese. Non è un caso che Confartigianato per prima e all'inizio da sola, ha strenuamente difeso il provvedimento recente sul Made in Italy. Perché non si può predicare il Made in Italy astraendoci dal significato del "made in" che continua a doversi tradurre col "fatto in" Italia. Non possiamo dire che si può etichettare Made in Italy anche quello che è fatto prevalentemente da un'altra parte lontana del mondo. Confartigianato segue una linea che ha nel radicamento sul territorio il suo punto di forza. Non abbiamo cambiato noi idea. Per fortuna stanno cambiando i riferimenti di contorno e non è un caso che, per esempio, la vicenda del Made in Italy stia, speriamo, trovando soluzione nel provvedimento in Parlamento in questi giorni su una norma anticontraffazione, che comincia a reintrodurre un tema, che andrà poi meglio normato in Europa attraverso il Regolamento europeo sul "made in". Almeno si comincia a dare risposta a queste imprese che non hanno smesso di stare sul territorio e hanno dato occupazione. E mi allaccio a questo secondo argomento, l'occupazione. Se c'è un bene prezioso per le piccole imprese sono i collaboratori. Usciremo da questa crisi con tante difficoltà. Non tutte le imprese che ci sono entrate purtroppo ne usciranno, ma la gran parte delle piccole imprese ne uscirà, speriamo presto, avendo conservato il proprio patrimonio di capitale umano. Ma non perché sono i piccoli imprenditori meglio o più "etici" delle imprese di grandi dimensioni, ma perché hanno proprio nell'asset capitale umano il loro principale valore di mercato»

Il segretario nazionale ha toccato anche il tema del rilancio del sistema produttivo: « Il fisco è una delle questioni sicuramente importanti, ma non sta in cima, perché questa è una crisi di mercato e ne usciremo quando il mercato si sarà ristrutturato. L'Italia ha il settimo Pil del mondo con 1.700 miliardi di euro. La Cina ci sta davanti, non di molto, con 2.500 miliardi di euro di Pil. La differenza però è che noi siamo 60 milioni di abitanti e la Cina sono un 1 miliardo e 300 milioni. Lo ricordo per dire che politiche di sostegno alla domanda interna in un Paese che è il settimo Pil del mondo possono essere fortemente incisive. Lo dico per ricordare che la nostra è un'economia che ha nell'esportazione un fattore determinante. Ma la capacità di esportazione è sostanzialmente legata al manifatturiero. Abbiamo assistito non moltissimo tempo fa ancora a chi leggeva l'indicatore di quanta manifattura fosse rimasta nel Paese come un indice di arretratezza. Noi non lo abbiamo mai pensato, ci fa piacere che oggi si mettano insieme al nostro pensare anche tanti sofisticati interpreti dell'economia che davano la lettura inversa. Il darwinismo dimensionale, questa tendenza a valutare solo il terziario e tralasciare il manifatturiero, il dimenticare il ruolo da settima economia del mondo... Ecco, io credo che siano ubriacature dalle quali fortunatamente ne siamo usciti »

Tornando al tema del convegno Fumagalli ha detto: «I piccoli da soli non possono resistere. I medi da soli non hanno spazio in un sistema economico, i grandi da soli nemmeno, ma per ognuno vale in modo incrociato. Credo che quella del fare network sia, lo dico in positivo, una "condanna" che ci deve riguardare, ma con l'attenzione a saper prendere provvedimenti giusti sulla dimensione di ognuno. Io credo che le medie facciano gravi danni, trattare tutto in modo medio, mediano. Noi abbiamo bisogno di avere



interventi mirati. Ferruccio De Bortoli, scrivendo delle piccole imprese, ha coniato l'espressione giornalistica "gli invisibili". Ecco noi vogliamo che smetta questa non visibilità dei piccoli per avere politiche indirizzate in modo mirato alle piccole imprese e per ognuno dei segmenti. Lo ripeto la mia accentuazione sui piccoli è solo perché finora non hanno avuto considerazione. Come Confartigianato siamo profondamente convinti della necessità di tutte le tipologie di impresa. Non si può pensare a fare automobili in una piccola impresa, così come non ha senso avere dimensioni giganti laddove ci sono straordinarie opportunità per nicchie di mercato. Straordinarie opportunità che possono ancora moltiplicarsi con la ripresa di uno sviluppo economico a livello mondiale dove l'Italia, le imprese italiane, saper fare italiano, il Made in Italy ha sicuramente spazi di mercato. Non servono interventi che confondano mediamente tutti. Bisogna avere la capacità di lettura di mondi diversi. Questo vale soprattutto nei confronti delle banche. Dicevo prima, le banche hanno avuto il credo unico del fondersi e crescere e si sono sollevate dal territorio, si sono staccate dal territorio. Tranne poche eccezioni, su tutte citabili il sistema delle banche di credito cooperativo, tutte le altre banche hanno creduto a questo miraggio. Oggi Intesa San Paolo ha le banche del territorio, Unicredit ha in corso la ricomposizione sul modello chiamato del "bancone per poi suddividersi di nuovo nelle aree territoriali. Speriamo che questo "ricentraggio" significherà rimettere attenzione, perché quel che serve sul fronte del credito alle piccole imprese sono interventi specifici. Parlare oggi di crisi del credito ha significati profondamente diversi se parliamo della Fiat o se parliamo delle piccole imprese a Imola. Non si può non partire da una conoscenza profonda, reale, misurata sulle necessità di ristrutturazione del debito che hanno in corso le piccole imprese. Noi abbiamo lavorato per quel provvedimento della moratoria che io ho firmato per Confartigianato il 3 agosto scorso con l'Abi e le altre associazioni d'impresa. So che ha molte critiche sulla sua traduzione, ma non perdiamo di vista che ha significato poter dire che l'imprenditore che andava in banca a chiedere la ristrutturazione del proprio debito, non stava parlando come uno sull'orlo del fallimento, ma che si trattava di una "questione Paese", di una necessità diffusa, se pensate che la catena non lascia esterno nessuno. Se comincia un committente a non pagare lo si scarica poi sul fornitore in una catena perversa, ma che ha un effetto domino che non può comprendersi se non si tiene conto dell'intero».

In chiusura Fumagalli ha parlato dei rischi connessi alla ripresa, quando arriverà: « Dovremo avere molta attenzione perché forse appiccicato alla ripresa ci sarà un altro grande pericolo che è quello connesso alla necessità di riassorbire una tale quantità di carta denaro che mai le economie hanno visto insieme in una volta sola. Nei mesi scorsi nel mondo sono stati immessi dai governi più di 4 mila miliardi di dollari di nuova moneta. Questo comporta un rischio di inflazione elevata per i prossimi mesi, trimestri, semestri, anni. Lo dico pensando alle discussioni con le nostre controparti dei sindacati dei lavoratori, per chiudere una difficile attuazione del nuovo accordo che regola i contratti, che abbiamo siglato nei mesi scorsi e che deve già cominciare a tenere conto di queste prospettive ».

c.a.



IL VICE PRESIDENTE FA IL PUNTO DOPO IL CONGRESSO

«Il ruolo che ci siamo conquistati è decisamente più importante di quanto non fosse quattro anni fa»

Paolo Franceschi indica come necessari l'evoluzione della rappresentanza, il superamento dei modelli del Novecento, vere riforme per scuola, fisco, lavoro.

«Il mondo dopo la crisi sarà cambiato. Dobbiamo essere pronti».

stato un congresso importante per Confartigianato Assimprese, perché riguarda una delle due associazioni provinciali del bolognese. Confartigianato Assimprese, infatti, ha sedi nel circondario imolese e nei territori di San Lazzaro, Monghidoro, Pianoro, Rastignano, Bazzano, Vado e Bologna. Sono circa 1.550 le imprese associate nell'imolese (Imola, Castel San Pietro e Castel Guelfo i centri più importanti) e circa 1.200 nel restante bacino.

Riconfermato vice presidente, Paolo Franceschi traccia un bilancio dei quattro anni trascorsi dall'ultimo congresso e fa un'analisi della situazione attuale.

Franceschi, partiamo da un bilancio

Questi quattro anni hanno avuto come pilastri la costruzione della sede nuova e il lavoro che è stato fatto per aiutare le imprese nell'accesso al Credito, culminato nella costituzione di Unifidi e nell'apertura di una sede della filiale bolognese a Imola. La Casa delle Imprese, che abbiamo aperto nella scorsa primavera e che molti hanno visitato in occasione delle iniziative congressuali, rappresenta un importante investimento logistico. Abbiamo voluto dotarci di un'adeguata infrastruttura, aperta e disponibile per dare alle nostre imprese e al territorio una migliore fruizione di spazi e servizi. Va sottolineato che nella costruzione della sede hanno lavorato professionisti e imprese del territorio e questo, soprattutto in tempi come questi, ci pare molto positivo. La Casa delle Imprese è la dimostrazione plastica della volontà di Confartigianato Assimprese di crescere e di sviluppare servizi sempre più evoluti e calati nella realtà delle medie e piccole imprese. Poi, dicevo, c'è il lavoro sull'accesso al credito. Qui va sottolineato come l'operazione che ha generato Unifidi sia partita precedentemente al momento peggiore della crisi. Ciò ha permesso che quando la crisi si è fatta dura lo strumento funzionava già e funzionava bene anche a Imola. In questo modo molte imprese hanno potuto trovare assistenza nell'accesso al credito, che oggi è certamente uno dei problemi più delicati e sentiti dagli imprenditori.

In questi anni sono state fatte molte iniziative e lavorato anche sulla comunicazione. Ce ne parla?

Attorno ai due pilastri abbiamo avviato una serie di iniziative rivolte all'interno e all'esterno dell'associazione per consolidarne il rapporto con gli imprenditori, le istituzioni, le altre associazioni e la società. Abbiamo fatto diversi eventi, ci siamo dotati di strumenti comunicativi moderni, abbiamo consolidato le relazioni con i media e con tutto il sistema istituzionale e imprenditoriale locale. Credo che il ruolo che ci siamo conquistati oggi sia decisamente più importante di quanto non fosse quattro anni fa.

Quale la linea per i prossimi anni?

Una linea di continuità del lavoro svolto finora, evolvendo ancora nella comunicazione e nel coinvolgimento dei più giovani. Intendiamo poi avvalerci della collaborazione di esperti, invitati dal mondo universitario, per dar vita a momenti di studio e formazione da condividere fra gli associati e per aiutarci a comprendere meglio o approfondire alcune questioni di rilevanza locale o nazionale.

E nei confronti delle altre associazioni?

Il mondo che viviamo e che la crisi ci consegnerà richiede un'evoluzione della rappresentanza. Le divisioni ideologiche del Novecento sono esaurite e questo ridisegna il ruolo e il posto delle associazioni. Non si può proseguire con la frammentazione di oggi e per essere interlocutori forti e privilegiati si deve rappresentare una base associativa vasta. E' un tema che viene affrontato a livello nazionale e che noi dovremo affrontare a livello locale.

Come si potrebbe affrontare?

Una formula per rivedere il quadro generale del mondo associativo è inevitabile. Questo però non vuol dire rincorrere suggestioni di fusioni. L'idea delle fusioni a tutti i costi non funziona più. Lo hanno dimostrato le fusioni di tanti grandi gruppi, che in molti casi non hanno portato vantaggi. Ogni territorio ha la sua storia e in ogni luogo le singole associazioni esprimono in modo più o meno marcato differenti riferimenti culturali, differenti visioni del territorio e differenti approcci ai servizi e alle relazioni con le istituzioni.

Il tema del convegno del 12 novembre era « La Forza del Network ». Vale anche per le associazioni?

La prossimità dei mondi associativi varia da territorio a territorio. In realtà territoriali come la nostra vedo molto più produttivo e utile attivare reti di collaborazioni, forti sinergie su temi condivisi e, allo stesso tempo, valorizzare le specializzazioni delle associazioni per dar vita a meccanismi di cooperazione, cominciando fra realtà che operano su settori non sovrapponibili

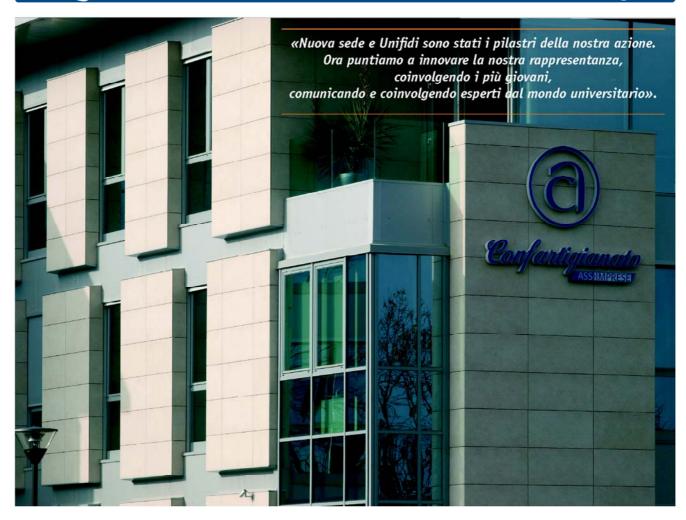
Intanto Confartigianato Assimprese come si prepara al futuro?

Con la consapevolezza che non usciamo da questa crisi come vi siamo entrati. Il mondo dopo la crisi sarà diverso da quello che la precedeva: le associazioni come la nostra dovranno essere pronte a vivere e agire coerentemente con la nuova identità che avrà il tessuto sociale e produttivo domani. Già in questi ultimi tempi il target di riferimento è cambiato. Si è alzato il livello delle imprese associate, in termini di qualità e anche dimensioni, quindi di aspettative. Non potevamo ignorarlo e per questo il nostro nuovo Consiglio direttivo è formato da rappresentanti di imprese significative e importanti della nostra area, per la loro storia, per la loro leadership in determinati settori o per la loro dinamicità. Posso dire che abbiamo nominato una squadra di consiglieri che rappresenta una sintesi alta del tessuto imprenditoriale del territorio. La stessa Giunta di presidenza può contare sul lavoro di alcuni consiglieri delegati su temi specifici, che le garantiscono conoscenza e operatività.

Fra gli obiettivi ci sarà anche quello di favorire la formazione di network fra imprese?

Le piccole e medie imprese che non sanno mettersi in rete sono in maggiori difficoltà rispetto ad altre. Le imprese che sono rimaste isolate e fuori dai network, se non sono grandi realtà o se non trattano un prodotto altamente tecnologico o di nicchia, rischiano di venire annullate. In questo

con 2009 An O3 news.indd 6 4-12-2009 13:05:46



senso, purtroppo, il mercato è una grande livella. Certamente uno dei ruoli dell'associazione sarà di mettersi a disposizione delle imprese che avranno bisogno di consulenze e accompagnamento nella creazione e nella promozione di reti.

Alziamo ora lo sguardo all'orizzonte. Cosa mancherà quando arriverà la sospirata ripresa?

Mancheranno tutti gli interventi infrastrutturali, gli investimenti nell'istruzione, nella ricerca e le riforme necessarie alla competitività del sistema Paese che chiedevamo già prima della crisi. Se non daremo una svolta in questo senso, ogni ventata in Europa per noi sarà una bufera. Basti vedere come si è ridotta l'Università in Italia.

Non c'è una riforma in atto, che riguarda tutti i livelli del sistema scolastico?

La Scuola non ha bisogno di demagogia ma di una riforma di ampio respiro. Necessita di investimenti e di incentivi al merito. Questa riforma serve più a riempire le pagine dei giornali che a risolvere una grande questione come questa. Basta girare il mondo per capire che abbiamo un grande problema.

Se non si investe nelle nuove generazioni è dura anche pensare al ricambio generazionale alla guida delle piccole e medie imprese.

Oggi gli imprenditori appartengono per lo più a generazioni che sono cresciute con l'obiettivo di lavorare, di impegnarsi per far crescere imprese e territori. Cosa che non si riscontra tanto facilmente nelle nuove generazioni. Ma non per colpa loro. Da anni raccontiamo ai giovani che l'unico vero modo per fare soldi e quello di essere più furbi del vicino. E invece un'impresa richiede impegno, coraggio di rischiare in prima persona, responsabilità e spesso anche molto sacrificio. Queste cose le affronti se te le hanno messe nel sangue, altrimenti non c'è un motivo al mondo perché tu lo faccia.

Facciamo un passo indietro e torniamo agli investimenti nelle nuove tecnologie. Il nostro territorio qualcosa da dire ce l'ha.

E' ormai largamente condiviso da tutti che uno dei modi per uscire bene

dalla crisi è investire in innovazione e nuove tecnologie. Il nostro territorio, e mi riferisco in particolare a Imola, che può diventare un polo importante per le nuove tecnologie e per la Green economy. A livello nazionale, invece, vedo che le cose vanno al contrario. I tagli alla diffusione della banda larga, ad esempio, sono una vera follia.

Del resto stendere cavi comporta aprire cantieri. E i cantieri costano. Poi si esce dal Patto di stabilità e sono dolori

Ecco un'altra follia. Frenare lavori e cantieri diffusi sul territorio è una follia. Si sognano ponti faraonici e si impedisce agli enti pubblici locali di avviare lavori che potrebbero partire in poco tempo, dando lavoro e ossigeno a imprese e famiglie e, di conseguenza, rilanciando i consumi e l'economia.

Però alle imprese un po' di ossigeno dovrebbe arrivare dal taglio dell'Irap. O no?

Siamo ancora su un argomento buono per far parlare i giornali. Va bene il taglio all'irap, ma vorrei anche sapere cosa arriva dopo. L'Irap alimenta in gran parte la sanità e allora non vorrei dover fronteggiare problemi ben più grandi del pagare una tassa. Quello che voglio dire è che mi sta bene se avviamo un percorso che riduca la tassazione e magari anche la burocrazia sulle spalle delle imprese ma, appunto, facciamolo con un progetto di lungo respiro. Facciamo un'azione di sistema che non ci regali sorprese e buchi da coprire, magari con imposte indirette.

Lei da dove partirebbe per una riforma fiscale che rilanci le imprese?

Dalla detassazione del lavoro dipendente. In questo modo oltre a liberare risorse per i consumi si potrebbe incentivare l'occupazione stabile. Vede, secondo me il problema vero è rimettere al centro di tutto un nuovo patto fra imprese e lavoratori. Ma è evidente come per l'attuale classe dirigente del Paese sia complicato impegnarsi a promuovere un nuovo accordo quadro.

Massimo Calvi

Congresso 2009



SINTESI DELL'INTERVENTO DEL PROF. GIOVANNI BOCCIA ARTIERI

Verso una «rappresentanza per connessioni»

Adattamento giornalistico della relazione al convegno «La Forza del Network». La ripresa integrale è su YouTube, raggiungibile dal sito Web confartigianato-assimprese.it.

n libro uscito qualche tempo fa che si intitola Cluetrain manifesto ci ha spiegato che i mercati sono conversazioni. Questo libro non è scritto da un autore per un editore, ma è stato scritto in rete da un autore collettivo, cioè da una serie di autori, tradotto in tantissimi Paesi dalle persone che «abitavano» nella Rete. Cluetrain manifesto raccontava il punto di vista di chi da anni lavora in Rete, fa ricerca in Rete, oppure semplicemente si intrattiene con la Rete.

Dire che il mercato è fatto di conversazioni significa osservare la realtà circostante attraverso un nuovo punto di vista. Se il mercato è fatto di conversazioni, immaginate che la vostra impresa abbia una voce che entra in conversazione con altre voci: le altre imprese, ma anche i consumatori. Se siete amministratori pubblici sapete che la vostra voce entra come conversazione insieme a quelle degli elettori, dei cittadini. Così le major, che aprono conversazioni con i loro pubblici, dei quali hanno bisogno per vivere.

Esistono regole molto semplici, ma molto nuove, che cominciamo a capire in quanto cittadini, consumatori, pubblici. Regole che stanno mutando il nostro modo di vedere i rapporti con la politica, con l'impresa, col mondo dei media, col mondo dell'istruzione, della formazione.

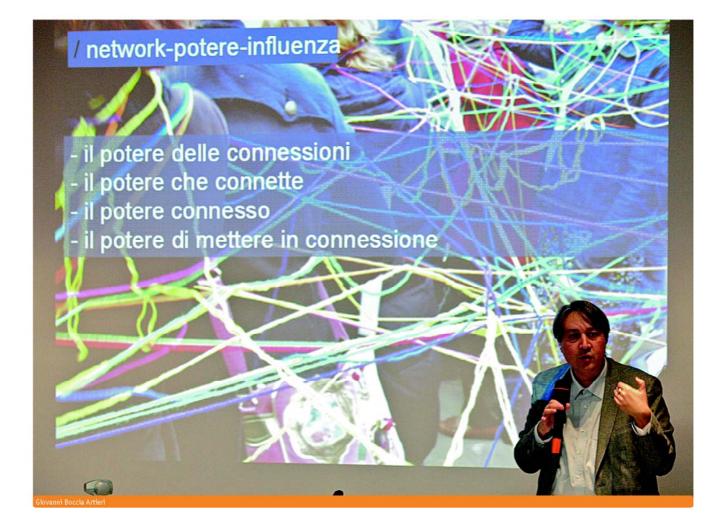
Il Cluetrain manifesto si costituisce di 99 tesi. Le prime tre sono queste: «i mercati sono conversazioni»; «i mercati sono fatti di esseri umani, non di segmenti demografici»; «le conversazioni tra esseri umani si svolgono con voce umana».

Questo significa che all'interno della realtà della Rete, che tu sia un'impresa piccola o una multinazionale, un presidente della repubblica, un deputato, un attivista di quartiere, parli con una voce. E la tua voce è uguale alle voci degli altri. La realtà è fatta di conversazioni. Tredici milioni di italiani hanno un profilo su un social network che si chiama Facebook, di cui parlano i media la televisione, i giornali. E' un pubblico misto, fatto dai più giovani, persone un po' più adulte, imprenditori, pubblico più generale. Il fatto che 13 milioni si italiani siano su Facebook do possiamo anche sottovalutare e prendere come un dato curioso. Ma è la classe media digitale. E' quella che io chiamo «l'ascesa della cyber-borghesia». Cloè una rivoluzione del modo di pensare alla Rete

che parte dal basso e da un utilizzo molto banale. Ad esempio uno entra in Rete perché ci sono gli altri, o per cercare i vecchi compagni di scuola. Un anno fa per Natale, ero in un ipermercato e ho visto un signore di una sessantina d'anni che chiedeva un computer al commesso. Allora il commesso cominciò a spiegare tutte le caratteristiche. A un certo punto il signore lo interruppe: « no a me non interessano tutte queste cose, basta che vada su Facebook ». Questo ci mostra che anche l'alfabetizzazione tecnologica e informatica passa da un nuovo tipo di concetto. Non è più: «voglio entrare in Rete», ma è: «voglio andare su Facebook», cioè: «voglio stare nella Rete per sviluppare relazioni e conversazioni. Ci voglio andare perché ci sono gli altri». E' l'elemento relazionale che diventa l'elemento costitutivo. Facebook è una grande metafora dell'utilizzo di tutte le altre tecnologie della Rete: piattaforme, social network, blog... C'è un altro elemento che è particolarmente rilevante e sintetizzato in un manifesto abbastanza recente, scritto dai blogger tedeschi, con dieci tesi. La terza tesi dice: «Internet è la nostra società e la nostra società è Internet ».

Wikipedia, YouTube, i social network... Esistono una serie di piattaforme per lo più gratuite, alimentate dalle persone, che mettono a disposizione contenuti fatti o aggregati dalle persone. Google funziona solo grazie al fatto che le persone lo usano. Più fate una domanda col linguaggio di ogni giorno e più è semplice avere una risposta, perché altre persone prima di voi hanno posto la stessa domanda. Le risposte che troviamo più un alto sono quelle più cercate, più cliccate. Sono quelle che hanno maggiore reputazione in rete, cioè hanno più link da siti con più reputazione in Rete. Nell'ultimo anno Facebook è cresciuto del 153% e ha 390 milioni di utenti. YouTube del 35% con 445 milioni di utenti. Twitter, che è uno dei pochi strumenti che ci consente di sapere realmente, senza censure. cosa sta succedendo in Iran, è cresciuto del 1171%. Immaginate forme di «dis-intermediazione » rispetto al mercato, che rappresentano nuove opportunità: se avessi un ristorante o un hotel sarei molto attento ai giudizi sulla mia attività depositati sulla Rete; se fossi un imprenditore sarei molto interessato a sapere cosa dicono della mia impresa, dei miei prodotti o di me, in Rete. Stanno parlando di me i miei consumatori, i miei operai, persone che hanno interazione con il mio mondo. Così

con 2009 An 03 news indd 8 4-12-2009 13:05:59



vuole anche per un politico. Obama non ha vinto perché ha utilizzato questi mezzi, ma perché aveva dei contenuti. Però ha utilizzato quei contenuti per svilupparli in maniera nuova, attraverso la passione, dal basso. Attraverso la Rete ha messo a disposizione contenuti e strumenti di know-how. E' stata la prima campagna che ha sviluppato un sistema conomico di microcredito che serviva a fare realmente delle cose. Se prima tutti noi siamo stati oggetto della comunicazione fatta dalla politica, dall'impresa, dai media, oggi tendiamo a diventare soggetto della comunicazione. Se prima la nostra voce arrivava attraverso i sondaggi ed eravamo trattati come target o come audience, oggi c'è stato un rovesciamento.

E' possibile quindi svilupparci e pensarci in maniera diversa? In altri termini: chi ci rappresenterà nel futuro all'interno del mondo della comunicazione? Non è che forse le forme di rappresentanza dovranno cambiare? Non è che sei eri soggetti istituzionali ci rappresentavano per delega, oggi sia possibile pensare a nuove forme in cui il meccanismo della delega e della rappresentanza è diverso? Oggi siamo connessi fra di noi e siamo connessi in pubblico. La Rete rende visibile quei legami istituzionali con delega, a una rappresentanza per connessioni. Se prima eravamo rappresentati da altri, oggi anche noi entriamo nel meccanismo di rappresentanza. Il che vuol dire che una serie di temi cominciano a

essere discussi anche in Rete, poi trovano un momento di raccordo nelle istituzioni. Le persone si incontrano in Rete, discutono delle loro tematiche e pretendono delle risposte. Se un sindaco ha un profilo su Facebook io mi aspetto che risponda e che lo faccia in tempi brevi. E se mi chiede l'amicizia mi aspetto che venga a vedere cosa dico. Pensate a Confartigianato Assimprese. Non solo dice «sto in Rete per far vedere che ci sono e cosa faccio», ma dice anche: «sto in rete con i miei associati», che hanno anche i loro profili e che si collegano al mio profilo, e sviluppano conversazioni con me, e non hanno paura di mostrare le diverse voci. Lo spostamento sta nel fatto che si discutono tematiche che una volta messe in connessione hanno il potere di creare influenza, fino a creare risultati. La politica ha la responsabilità di lavorare sul lungo termine, le persone pongono problemi molto concreti. Come si risolvono in quanto gruppi di imprenditori? Non su tavoli dove incontrarsi ogni tanto ma, ad esempio, incontrandosi continuativamente in Rete. Mischiandosi fra voci piccole e voci grosse e con le voci dei propri consumatori o dei propri dipendenti. Che ruolo avranno le strutture di mediazione? Quello di funzionare come «switchers», mettendo in connessione, in relazione, quindi visibili, reti di reti. La loro forza starà in questa capacità, cioè aprire il principio di rappresentanza all'interno della Rete: parlare con voci diverse come si fa in un coro, dove le varie tonalità, sono funzionali a dare forza allo stesso tipo di brano.

con 2009 An 03 news.indd 9 4-12-2009 13:06:03



SINTESI DELL'INTERVENTO DEL PROF. ALESSANDRO GRANDI

La crescita delle Pmi si fa sviluppando reti

Adattamento giornalistico della relazione del prof. Alessandro Grandi al convegno «La Forza del Network». La ripresa integrale è su YouTube, raggiungibile dal sito Web confartigianato-assimprese.it.

er le piccole e medie imprese l'innovazione e la crescita passano necessariamente attraverso lo sviluppo di forme di reti. Del resto il modello fordista della grande impresa è ormai superato, anche se, a livello cognitivo, per molti versi, è ancora vivo in molti imprenditori. In questo modello la grande impresa è il riferimento e quindi la crescita avviene sul piano dimensionale, che comporta aumento di struttura, di personale, di fatturati. Eppure anche la Ford è cambiata, avviando processi di outsourcing, di focalizzazione del core business, di riduzione delle dimensioni e, quindi, si è proiettata verso una dimensione di rete. Le imprese di grandi dimensioni del settore lct, invece, hanno creato una rete di alleanze, dando vita a un ecosistema a rete. Anche all'interno delle stesse grandi imprese si creano strutture a rete, pensiamo ad esempio ai processi di progressivo aumento autonomia delle varie filiali, delle divisioni di prodotto.

Se andiamo sulla media impresa, la «rete», in origine, è quasi sinonimo di filiera produttiva, fatta da un committente e da subfornitori. Il committente controlla come può, spesso con costi alti, tutti i subfornitori. Questo assetto è strettamente collegato con un altro concetto di rete, che è il «distretto»: un insieme di filiere accanto alle quali si sviluppano servizi, attività di ricerca, aziende produttrici di impianti specializzati e infrastrutture fisiche, sociali associative. Questo ecosistema è, di per sé, una rete.

All'interno di questi ecosistemi ci sono le imprese minori. E queste come

Tre sono i principali modelli. Il primo è rappresentato dalla « rete sociale ». All'interno del distretto vecchia maniera cosa facilita la collaborazione fra imprese? Fondamentalmente un sistema di relazioni consolidate, norme e valori non codificate condivisi nella cultura del luogo, su cui si può fare affidamento. Spesso dei ruoli di leadership sociali riconosciuti, imprese guida. Non c'è bisogno di notai e avvocati, poiché si collabora fra imprese in virtù di un sistema di relazioni personali e di valori, in un clima di fiducia.

Il secondo modello è dato dalla « rete burocratica ». Consorzi, associazioni di imprese, franchising... Qui la dimensione burocratica alla Max Weber, in cui la definizione di regole, la condivisione di programmi e una più chiara definizione del ruolo di autorità, risulta essere codificato. La complessità delle cose che vogliamo fare insieme, i rischi di opportunismo ci fanno ritenere non più sufficiente la fiducia che sta alla base della rete sociale. Il terzo modello è quello della « rete proprietaria ». Gli attori stanno insieme creando una struttura comune, una società comune. Pensiamo ai Gruppi. Pensiamo a tante piccole imprese che si sono scambiate quote di capitale, attraverso la creazione di una struttura comune cui partecipare e che magari controlla alcune attività di supporto, ad esempio le funzioni amministrative, quelle relative alla commercializzazione, le strutture logistiche.

Le reti fra imprese spesso nascono di tipo sociale e, via via, si evolvono andando verso la rete di tipo proprietario. L'essenza è un contesto di relazione che consente di realizzare: un circuito di comunicazione, un sistema logistico, una governance di diritti e doveri.

Se pensiamo all'evoluzione delle filiere, dettate dalle imprese guida, ci accorgiamo che la comunicazione passa da un linguaggio informale a quello formale, perché dobbiamo condividere sistemi informativi per lavorare a livelli più alti. Il sistema logistico passa da locale a globale e questo significa che l'impresa logistica deve aver la capacità di muoversi non più solo a livello locale. La governance, invece, diventa complessa. Piccole imprese quando si mettono in rete insieme diventano medie imprese, con una complessità gestionale e una richiesta di competenze che sono pari o anche superiori di un'impresa singola corrispondente per volumi e personale. Se la filiera ha un'impresa guida, le reti fra piccole imprese sono reti orizzontali.

La rete è una forma che consente alla piccola impresa di vivere e svilupparsi, di fare innovazione, in un sistema economico più competitivo ma che richiede un salto notevole dal punto di vista di competenze manageriali.



Qui entrano in gioco gli imprenditori, che possiamo raggruppare in due tipi: gli specialisti e i generali. L'imprenditore specialista ha un'esperienza limitata a una singola business-idea. Ad esempio è il massimo esperto sul territorio di quella particolare lavorazione, quel particolare trattamento termico. Ha una capacità gestionale focalizzata sulla produzione e spesso svolge attività satellite per un'impresa maggiore.

L'imprenditore generale ha un'esperienza diversificata. ha fatto più imprese o ha un raggio di visione più ampio, ha la capacità di collegare differenti attività ed elementi. Forse non è così appassionato alla lavorazione specifica e forse proprio per questo è molto più attento a quel che avviene all'esterno. Ha la capacità di vedere che si crea un forte valore se si mettono insieme diversi imprenditori specialisti, sulla base di una business-idea ampia., Solitamente abbiamo molti imprenditori specialisti e poche figure di imprenditore generale. Qui giocano un ruolo le associazioni. Spesso il nostro imprenditore generale non ha la visibilità per conoscere tutti gli imprenditori specialisti sul territorio, quali le possibili imprese interessate a fare rete. Questo anche perché gli imprenditori specialisti sono molto chiusi e quindi poco visibili.

Diventa indispensabile la formazione, per far comprendere all'imprenditore qual è il salto che gli è richiesto. A cominciare dall'imparare a prendere decisioni insieme agli altri, rinunciando anche alla propria autonomia. Deve crescere sensibilmente il livello di preparazione manageriale a tutto campo. La formazione non è stare in aula tre ore a settimana. La formazione spesso passa attraverso gli esempi. Quindi occorre creare occasioni di incontro e conoscenza con chi ha già esperienza ed è disponibile a raccontarsi, a spiegare dove erano i colli di bottiglia nella creazione della rete.

Importante è anche dare un supporto tecnico nella definizione della struttura della rete. Il contratto di rete è un'opportunità data dalla legislazione, ma che ha bisogno di contenuti in termini di statuti e regolamenti. I contratti sono sempre incompleti, tanto più quando affrontano materie sfuggenti come la collaborazione all'interno di una rete. E' necessario definire regole precise e un codice etico scritto, sul quali ci si confronta, si discute. La fiducia che era il lubrificante delle reti sociali nei vecchi distretti deve rimanere anche all'interno di strutture più complesse. Una fiducia che si costruisce anche attraverso momenti formali e la definizione di codici eticl. E anche qui le associazioni possono alutare gli Imprenditori.



INTERVISTA A PAOLO MASCAGNI

Investire in un buon ambiente non è oneroso come si potrebbe pensare e porta notevoli vantaggi in termini di efficienza, produttività e fidelizzazione del dipendente.

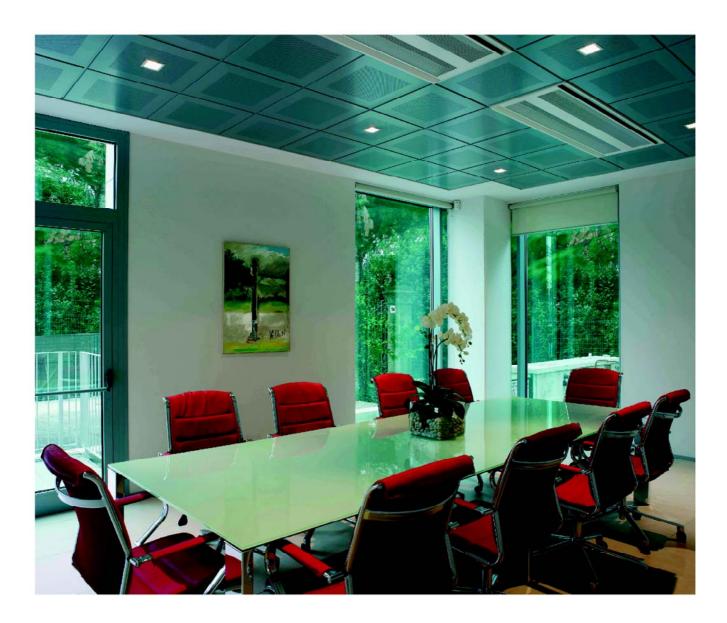
L'importanza del benessere nei luoghi di lavoro

Conosciamo l'azienda che ha arredato la Casa delle Imprese.



er la realizzazione della nuova Casa delle Imprese, a Imola, Confartigianato Assimprese, che opera nel circondario imolese e nel territorio bolognese, si è rivolta ad aziende del territorio. Così è stato anche per gli arredi che ne caratterizzano gli interni, con la loro sobria eleganza. Pareti attrezzate, salottini, uffici, reception, l'arredo dell'auditorium, la bella sala del Consiglio sono perfettamente integrati nell'avveniristico edificio. A realizzarli è stata la ditta Mascagni Spa, di

Casalecchio di Reno. Una storica azienda di famiglia, fondata nel 1930 da Umberto Mascagni, per lavorare e produrre cornici e porta ritratti. Negli anni Settanta fu Mario, il figlio del fondatore, ad avviare la produzione di mobili per la casa, cui seguì il settore ufficio: una specializzazione che oggi è elemento trainante dell'azienda, diretta dal Paolo e Michele Mascagni, la terza generazione. Paolo Mascagni ci riceve con grande cordialità nel raffinato show-room dell'azienda, in via Porrettana 383 (mascagni.it).



Che giudizio dà sul lavoro svolto alla Casa delle Imprese?

Noi pensiamo che un buon lavoro nasca dal rapporto fra un buon cliente e un buon fornitore. Questo lavoro è particolarmente riuscito anche perché da parte di Confartigianato c'è stata molta passione nei confronti del progetto. E' stato uno stimolo molto importante per noi. Quando parlo di progetto intendo l'applicazione della nostra sensibilità propositiva e creativa. Siamo in grado di fornire idee, consulenza e supporto nella

progettazione personalizzata di ambienti ufficio e nell'utilizzo di materiali e prodotti, in collaborazione anche con professionisti esterni.

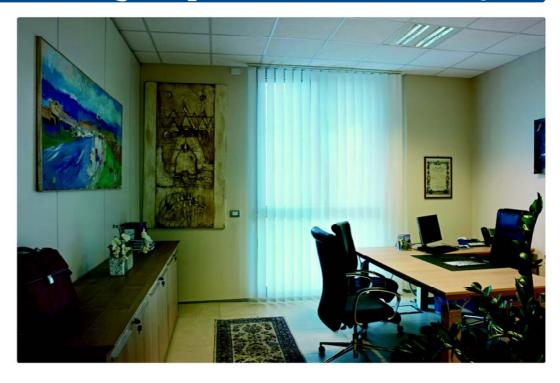
Da dove siete partiti per la progettazione di Confarti-

Dal conjugare al massimo le esigenze estetiche di un edificio così particolare alle esigenze funzionali. Abbiamo pensato al benessere delle persone che lavorano nella Casa delle Imprese.

(Continua a pagina 14)

Imprese: Mascagni Spa

Pagina 14





(Segue da pagina 13)

Quanto è importante un ambiente di lavoro gradevole e comodo?

Le persone che lavorano negli uffici sono la parte creativa e organizzativa dell'azienda. Investire nel benessere nei luoghi di lavoro porta a una maggiore efficienza e a una maggiore fidelizzazione del dipendente.

Ma forse è difficile per piccole e medie imprese permettersi tali investimenti.

Il salario di un dipendente arriva a pesare 30-40 mila euro all'anno. Il costo

di un buon posto di lavoro può andare dai 3 ai 4 mila, ammortizzabili nel tempo. Come si vede è un investimento affrontabile e decisamente utile sotto il profilo della produttività, se pensiamo che mettiamo le persone in condizioni di lavorare bene e meglio per diversi anni. La nostra azienda, poi, offre una valida fascia media di prodotto, a prezzi contenuti e realizzata seguendo una filiera che controlliamo direttamente. Siamo quindi in grado di gestire non solo grandi lavori, ma anche commesse piccole, garantendo a tutti il servizio post-vendita.

Imprese: Mascagni Spa

Pagina 15





Come viene strutturata la produzione?

In tre stabilimenti, dove sono state sviluppate tutte le tipologie di lavorazione necessarie per la realizzazione dei prodotti. Un know-how che ci distingue, forse, da realtà analoghe nel panorama produttivo italiano, e fa capo a tecnologie avanzate e macchinari per la piegatura del metallo, lo stampaggio delle materie plastiche, l'impiallacciatura del legno, un moderno impianto per la verniciatura ad acqua che risponde ai requisiti di eco-compatibilità.

Puntate molto su ricerca e design. Quanto valgono per voi questi aspetti?

Il 5-6% del nostro fatturato è investito in ricerca e sviluppo. I progettisti di design rappresentano un ponte tra l'azienda e parte più avanzata della ricerca, arte e gusto del prodotto. I nostri designers, affermati professionisti quasi tutti milanesi, hanno la sensibilità creativa e la capacità emozionale di leggere gli stili contemporanei, per porre le basi sulle applicazioni e sviluppi del futuro.



Premiati i migliori diplomati

Bcc ravennate e imolese e Confartigianato Assimprese, con la collaborazione del Comune di Imola, hanno festeggiato i ragazzi che hanno conseguito 100/100 alla scorsa maturità.

Solo posti in piedi nel pomeriggio di giovedì 29 ottobre alla sala della Camera di Commercio di Imola, dove si è svolta la cerimonia di consegna dei riconoscimenti agli studenti delle scuole superiori del circondario imolese che si sono diplomati nell'anno 2008-2009 con il punteggio di 100/100. L'iniziativa è stata promossa e organizzata dal Credito Cooperativo ravennate e imolese e Confartigianato Assimprese, in collaborazione con il Comune di Imola. A premiare i migliori sono intervenuti: Marco Raccagna (assessore alla Scuola), Daniele Manca (sindaco di Imola), mons. Tommaso Ghirelli (vescovo di Imola), Edo Miserocchi (direttore generale della Bcc ravennate e imolese) e Amilcare Renzi (segretario della Confartigianato imolese). Fra i riconoscimenti: buoni acquisto da 50 euro e ingressi al cinema, libretti di risparmio della Bcc ravennate e imolese e consulenze gratuite offerte da Confartigianato a chi vorrà tentare la via dell'imprenditore.





Dal Bosco al campo sportivo, con entusiasmo

Si fanno onore giocando i tornei scolastici sui campi di calcio provinciali i giovanissimi atleti dell'associazione sportiva dilettantistica «Chicco Ravaglia», attiva in seno alle attività delle scuole paritarie San Giovanni in Bosco, a Imola, gestite dalla società cooperatiiva sociale onlus «Il Bosco». La squadra immortalata in foto, che indossa le divise offerte da Confartigianato Assimprese, è costituita da ragazzi delle secondarie. Ve n'è anche una più giovane, formata dai piccoli delle primarie. «Recentemente ho avuto la gioia di vederli in azione - commenta Ami-Icare Renzi di Confartigianato Assimprese e sono stato contagiato dall'entusiasmo, dalla passione e dalla vitalità che questi ragazzi, forti della loro bella età, mettono in campo senza risparmiarsi. Consiglio a tutti di vederli giocare». L'associazione sportiva della Don Bosco è intitolata al cestista imolese Enrico «Chicco» Ravaglia, nato a Castel San Pietro Terme nel 1976 e vittima di un incidente d'auto a Piacenza nel

> di ogni strategia, LA PERSONA.

1999, mentre da Cantù (dove giocava, dopo aver militato nell'imolese Andrea Costa e nella Virtus Bologna) rientrava a Imola per

festeggiare il Natale con la famiglia. Per informazioni e per sostenere i progetti della scuola: www.ilbosco.net.



scegli



Per i tuoi LEASING



È possibile richiedere preventivi presso tutte le sedi della Confartigianato

Convenzioni



Di seguito l'elenco delle aziende che riconoscono alle imprese associate a Confartigianato diversi tipi di tariffe promozionali e offerte. Per ulteriori informazioni, è possibile rivolgersi presso le sedi di Confartigianato-Assimprese.

ACCORHOTELS

Hotels

STARHOTELS

Hotels

ERG

Carburante

EBAY

Mercato online

FIAT VEICOLI **COMMERCIALI**

Veicoli commerciali

HERA IMOLA-FAENZA

Energia elettrica e gas

IL RESTO DEL CARLINO

Quotidiano

SABATO SERA

Settimanale

Società italiana autori ed editori

TAMOIL

Carburante

TARGARENT

Noleggio autoveicoli e veicoli commerciali

Compagnia telefonica

CAMPA

Mutua sanitaria integrativa

RIZOMEDIA

Comunicazione d'impresa