

«L'Expo 2015 sarà un trampolino di lancio per il futuro dell'Italia»

FILIPPO CAVALLARO

Nessun derby, nessuna contesa ma l'auspicio che l'asse Milano-Roma sappia fare sistema per il bene del Paese. Prima e dopo l'Expo 2015. «L'Italia dovrà essere in grado di attrarre visitatori anche nel periodo successivo all'Expo di Milano», ha detto Diana Bracco, presidente del progetto speciale di Confindustria Expo 2015, alla conferenza sul ruolo delle imprese romane e del centro-sud Italia nell'evento milanese che attirerà visitatori e investimenti da tutto il mondo e che può rappresentare, perché no, anche un traino per le Olimpiadi del 2020.

Un auspicio che il presidente di Confindustria Expo 2015 ha espresso anche ieri sottolineando che i Giochi Olimpici, così come l'Expo milanese, sono una grande opportunità di crescita per il Paese. «L'Expo per noi rappresenta un grande progetto, porterà molto turismo e grazie a questo flusso di persone ci aspettiamo un incremento del Pil. E di conseguenza una ricaduta economica piuttosto importante sul nostro paese». La sinergia tra Milano e Roma è già stata sancita da un protocollo d'intesa tra il Comune di Milano e quello di Roma che prevederà molteplici forme di collaborazione, inclusi pacchetti turistici specifici e spazi espositivi dedicati alla Capitale. «Con le imprese - ha aggiunto la Bracco durante l'incontro roma-

Il presidente del progetto di Confindustria Diana Bracco: «Il Paese dovrà essere capace di attrarre visitatori anche dopo l'esposizione di Milano»
Che sia Roma o Venezia, l'auspicio si estende alle Olimpiadi del 2020



Diana Bracco

no, al quale ha preso parte anche l'amministratore delegato di Expo 2015 Lucio Stanca - costruiremo una serie di eventi di avvicinamento al tema dell'Expo per attirare le attenzioni del mondo intero sulle

nostre eccellenze. Eccellenze nel campo alimentare, sia dal punto di vista di prodotto, che di capacità innovativa che tecnologico».

Da qui al 2015 i prodotti del Made in Italy, a partire da quelli delle

Pmi, daranno una spinta propulsiva a molte attività di servizio, commerciali e turistiche. «Dobbiamo assolutamente - ha aggiunto - recuperare posizioni nelle classifiche internazionali, mettendo in rete le bellezze naturali e culturali dell'Italia, da Roma a Firenze, da Napoli alla Sicilia, da Torino a Venezia, che nel 2015, anno dispari, avrà la sua Biennale».

E chissà se il rilancio del turismo nelle città italiane non possa fare da premessa a un nuovo successo per il Paese nell'anno 2020. Su quel fronte però, nonostante la proposta del ministro Renato Brunetta di una candidatura comune tra Roma e Venezia (già bocciata dal Comi), il derby è già cominciato. All'incontro con Diana Bracco e Lucio Stanca, il presidente degli industriali romani Aurelio Regina non ha nascosto che Roma vorrebbe allungare di cinque anni l'offerta congressuale costruita per l'Expo 2015. Dal Veneto gli ha risposto indirettamente il sindaco di Cortina D'Ampezzo Andrea Franceschi: «La città eterna ha già avuto grandi possibilità di sviluppo. La sua candidatura sarebbe opportuna che venisse accantonata al più presto». Uno a uno e palla al centro. Ma sarà una lunga partita.

Perotti (Sanlorenzo): «Siamo la mosca bianca della nautica»

Il cantiere spezzino chiuderà il 2009 con un calo del fatturato del 6%, contro il -35% del mercato. E nel 2010 ricomincerà a crescere

«Siamo una mosca bianca». Massimo Perotti, presidente di Sanlorenzo Yacht ha così commentato le previsioni di bilancio 2009 del cantiere nautico da lui rilevato nel 2005 insieme alla Mittel di Giovanni Bazzoli, dalla quale si è separato nel 2008. E le stime sui conti del primo anno dal divorzio con la finanziaria bresciana, che ha coinciso con l'anus horribilis dell'economia in generale, e in particolare del comparto nautico, hanno evidenziato per Sanlorenzo un fatturato in calo del 6% a 170 milioni di euro con un Ebitda passato da 24 a 18 milioni. «I principali gruppi europei e americani - sottolinea l'imprenditore - dichiarano invece diminuzioni di fatturato a doppia cifra e in particolare vicine al 35%, con flessioni più accentuate nel segmento dei 20-30 metri, il nostro core business». Quanto al calo della redditività, è da attribuire all'effetto di deprezzamento del parco di imbarcazioni usate, che nel 2009 a livello internazionale ha subito una svalutazione tra il 20 e il 25 per cento. «Sanlorenzo è riuscita a mantenere una buona marginalità sulle proprie imbarcazioni, passando dal 14% del 2008 all'11% del 2009», sottolinea Perotti. E le previsioni per il 2010 sono di un budget di 200 milioni di euro, con un incremento del 18%



Massimo Perotti

sul 2009. «A oggi il portafoglio ordini 2010 rappresenta il 66% del budget previsto, mentre i brand rappresentativi non hanno imbarcazioni a stock in giacenza». Tra i punti di forza dell'azienda, spicca l'aver mantenuto una focalizzazione sui prodotti fatti su misura per una clientela costituita da imprenditori e famiglie di patrimoni storici e consolidati, distribuita nei principali Paesi mitteleuropei «di economia più solida e storica». Da non sottovalutare, poi, la distribuzione diretta attraverso una rete misurata di brand rappresentative. «I grandi dealer network da 40-50 aziende terzi sono un positivo volano di crescita nei momenti di espansione economica, ma si trasformano in un limitante collo di bottiglia nei periodi di crisi violenta», conclude.

Il pod di Datalogic anche a Montpellier

Joya, il pod di Datalogic per il «self shopping», conquista anche Montpellier. L'azienda bolognese, leader al mondo nel settore dei lettori di codici a barre, è presente con le sue apparecchiature nell'ipermercato Géant Casino Odysseum, grazie alla già solida partnership tra Groupe Casino e Shoppevolution. Situato vicino alla zona ludica che comprende la pista di pattinaggio Vegapolis, il planetario Galilée, la multisala Gaumont e l'aquarium Mare Nostrum, Géant Casino Odysseum è l'ultimo nato degli ipermercati del Gruppo Casino in Francia.

Il punto vendita presenta una dinamica commerciale particolarmente sviluppata nel settore alimentare con prodotti di marca Casino, un rafforzamento delle promozioni e un'offerta nel settore non-alimentare incentrata sui reparti tessili, casa e tempo libero.

Ampi spazi sono dedicati ai prodotti «bio», ai prodotti locali, di bellezza e dietetici. In questo contesto, Joya, il pod di nuova generazione, facilita la spesa permettendo al cliente di leggere personalmente il codice a barre sui prodotti che acquista.

Il piccolo personal shopper multimediale - 210 quelli a disposizione dei clienti - offre liste delle spesa personalizzate (i clienti possono inserire sul sito web di Géant Casino la propria lista della spesa personalizzata, che poi verrà visualizzata automaticamente durante la spesa), le promozioni dell'ipermercato (all'inizio e durante la spesa il cliente è informato automaticamente dalle offerte) e pagamento al checkout con un sistema innovativo e intelligente di verifica degli acquisti effettuati che assicura un passaggio alla cassa più veloce.

La tecnologia Mb per le case dell'esercito Usa

L'azienda vicentina, leader nella produzione e vendita di benne frantoio, costruirà 1.635 abitazioni per le famiglie dei militari: il progetto è un punto di partenza per l'espansione negli Stati Uniti

Mb Spa cresce anche negli Stati Uniti d'America. L'azienda vicentina, leader nella produzione e vendita di benne frantoio, si è aggiudicata un posto di primo piano nel progetto di realizzazione di 1.635 case e di rinnovamento di altre 443 unità abitative per le famiglie dell'esercito militare statunitense. Si tratta del più grande intervento di sviluppo di alloggi militari privatizzati del paese dal 1996. La sede dove sorgerà sono le 2.084 abitazioni è la Base Congiunta Mc Guire Air Force Base Fort Dix nel New Jersey, da cui decollano aerei da trasporto e per il rifornimento in volo, tra i quali i celebri F15.

Nella partecipazione al progetto, che dovrà essere terminato entro il 2011, ha giocato un ruolo fondamentale la Giberson Enterprise, società del New Jersey che dal 2005 è importatrice di Mb Spa per gli Stati



Uniti. Per Mb il progetto rappresenta sia un traguardo che un punto di partenza per gettare le basi di una design globale per il mercato statunitense, dove la tecnologia italiana all'avanguardia sviluppata dall'azienda vicentina troverà terreno fertile. Tecnologia che è stata nota

anche dagli alti vertici statunitensi, che per l'importante progetto di ampliamento residenziale militare si avvarranno della benna Mm, che consente di ottimizzare le prestazioni di demolizione e di ridurre al minimo i costi di smaltimento dei materiali inerti. La versa-

bilità d'impiego e l'alta produttività delle benne Mb rappresentano la soluzione ideale per un progetto ambizioso come quello statunitense perché sono in grado di garantire la frantumazione di ogni tipo di materiale direttamente in cantiere, l'abbattimento dei costi di noleggio e il massimo rispetto ambientale, grazie al riciclo in loco dei materiali inerti. «Eravamo coscienti di avere un prodotto altamente tecnologico», afferma Guido Azzolin, amministratore delegato di Mb Spa, «ma chi avrebbe potuto pensare nel 2001, anno di fondazione dell'azienda, che solo dopo sette anni avremmo lavorato per l'esercito americano?». Le benne Mb sono oggi parte dell'equipaggiamento standard di ogni impresa di costruzioni, alla quale assicurano produttività, risparmio e tutela dell'ambiente in più di 100 Paesi nel Mondo.

Cgia di Mestre: Italia prima nell'Ue per i finanziamenti alle imprese

Italia al primo posto in Europa per i finanziamenti alle imprese. A segnalarlo è la Cgia di Mestre che ha elaborato un nuovo documento sul credito nei principali paesi dell'Unione europea del 27.

«Tra i sei paesi più avanzati d'Europa (Germania, Francia, Gran Bretagna, Italia, Spagna e Paesi Bassi) - si legge nel documento - l'Italia si colloca al primo posto per la percentuale di impieghi (prestiti) destinati alle imprese; infatti, il 55,8% degli impieghi complessivi delle banche italiane è destinato alle imprese». Il fatto che le Pmi italiane, più di quelle europee, abbiano fatto ricorso a fidi e prestiti, precisa la Cgia, «non significa necessariamente che le banche italiane abbiano concesso

credito alle imprese in misura sufficiente». Da aprile a settembre 2009, secondo un'indagine della Commissione Europea/Bce, l'Italia presenta questi primati tra i Paesi presi in esame: la richiesta di prestiti delle Pmi è in forte aumento; le disponibilità di prestiti bancari a favore delle Pmi sono diminuite; le spese e le commissioni bancarie sono aumentate. Le Pmi italiane, continua ancora l'associazione, sollevano dunque diverse criticità legate alla concessione del credito ma il dato più eclatante dell'indagine Commissione Europea/Bce riguarda i fattori che ostacolano l'accesso al credito delle Pmi. Infatti il 37% delle Pmi italiane intervistate individua come principale ostacolo al-

l'accesso ai prestiti bancari le garanzie richieste dalle banche e per il 36,9% i tassi d'interesse o i costi troppo elevati. In questo senso la situazione italiana appare preoccupante, in particolare rispetto ai principali competitor economici come Francia e Germania.

«Pur riconoscendo lo sforzo fatto in questi ultimi mesi e la solidità del sistema bancario italiano - spiega Giuseppe Bortoluzzi, segretario della Cgia di Mestre - il nostro Paese continua a mantenere i più elevati livelli di criticità nell'erogazione del credito. E' vero che le disposizioni di Basilea 2 sono molto stringenti anche per le banche, ma rimane il problema di dare con continuità il credito alle piccole imprese».

Viaggi: un ponte tra la Sicilia e l'Egitto

L'Università di Palermo, in collaborazione con Il Cairo, promuove il concetto di «Slow Tour» attraverso la riscoperta delle eccellenze del Mediterraneo

C'è una Sicilia conosciuta per il suo mare, le sue coste ricche di storia e di bellezze naturali, ma c'è una parte dell'isola, quella profonda, sconosciuta e misteriosa difficilmente accessibile al turista frettoloso. La Sicilia e l'Egitto propongono, con il termine «Slow Tour», la riscoperta, in chiave moderna, del concetto del «Gran Tour» dei secoli passati che hanno visto l'Italia, e la Sicilia in particolare, al centro dell'interesse di grandi viaggiatori come Wolfgang Goethe, Guy de Maupassant, Edmondo De Amicis, Jean-Pierre Houel, Alexandre Dumas padre, Tocqueville e tanti altri che hanno creato un rapporto tra i residenti e i viaggiatori attraverso un contatto umano decisivo anche oggi per un

turismo in piena sintonia e rispetto dei luoghi e delle persone incontrate. Parte dalla Sicilia, per un nuovo concetto di turismo relazionale integrato, la terza conferenza scientifica internazionale, organizzata al Cairo dal Collegio universitario Arces, il Cruce (Centro ricerche nuovo umanesimo Edoardo Caracciolo) insieme con la Regione Siciliana, l'Università degli Studi di Palermo e alla Helwan University che ospiterà il meeting da sabato 24 a lunedì 26 ottobre 2009.

L'idea del Turismo relazionale integrato è stata sviluppata negli anni da Leonardo Urbani, docente dell'Università di Palermo, unitamente allo staff di ricerca, oltre a docenti e ricercatori universitari. Il pro-

getto, prevede in futuro, un corso di laurea per una nuova visione del territorio, per uno sviluppo economico e culturale che rispetti l'ambiente, le sue potenzialità e la possibilità di avviare un turismo di relazione tra le persone, non come fenomeno di massa, ma come elemento di crescita formativa.

Fra i progetti portati avanti si ricordano la riqualificazione delle oasi del Fayum, del Delta del Nilo, l'agro dei sei sensi nel territorio Erimo-Ermano, la pesca nel cuore per la riqualificazione e animazione dei laghi nel territorio del corleonese. Da questa idea di Turismo relazionale integrato si aprono scenari nuovi per la vivibilità e la fruizione di territori.