

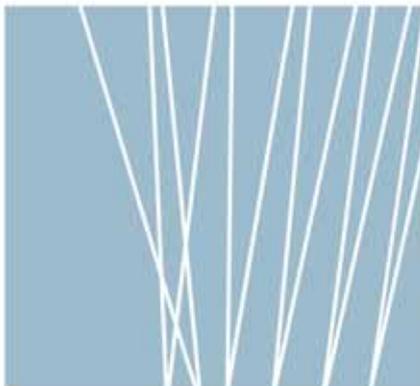
LA CITTÀ

DEL SECONDO RINASCIMENTO

LA CARTA INTELLETTUALE DELL'IMPRESA

ATTALI
BAGNI
BIANCHI
BONAFÈ
DALLA VAL
DAMIANO
DELLE DONNE
FERRARI
GHERMANDI
GUIATI
MORGANTINI
MORTENSEN
MOSCATTI
NENZIONI
PASSONI
PONZI
POSTACCHINI
RONCARATI
SINI
VACCHI





CARBONVENETA
TECNOLOGIA NEI COMPOSITI

Carbonveneta srl nasce per dare risposte concrete, efficaci e all'avanguardia nel campo dei profili in fibra di carbonio.

Con particolare attenzione si rivolge al settore edilizio per i rinforzi e consolidamenti strutturali e all'industria che trova applicazione di questi prodotti per costruzione di macchine ad alto contenuto tecnologico.

L'obiettivo è la collaborazione con aziende che impiegano materiali compositi in carbonio in forte fase di sviluppo mettendo a disposizione la propria esperienza per lo studio e la realizzazione di nuovi prodotti.

Pertanto lavora anche su specifiche del cliente.

Carbonveneta srl dispone di capacità produttive per medie e grandi serie, ha imposto una nuova gestione operativa molto flessibile rivolta a soddisfare richieste di mercato con consegne rapide.

L'attività nel complessivo è certificata UNI EN ISO 9001:2008 e può fornire i prodotti in carbonio con prove prestazionali certificate da studi accreditati.

www.carbonveneta.it



Lamine
in carbonio



Tondi
in carbonio



Tubi
in carbonio



Tonino Lamborghini

SWISS WATCHES

www.lamborghini.it



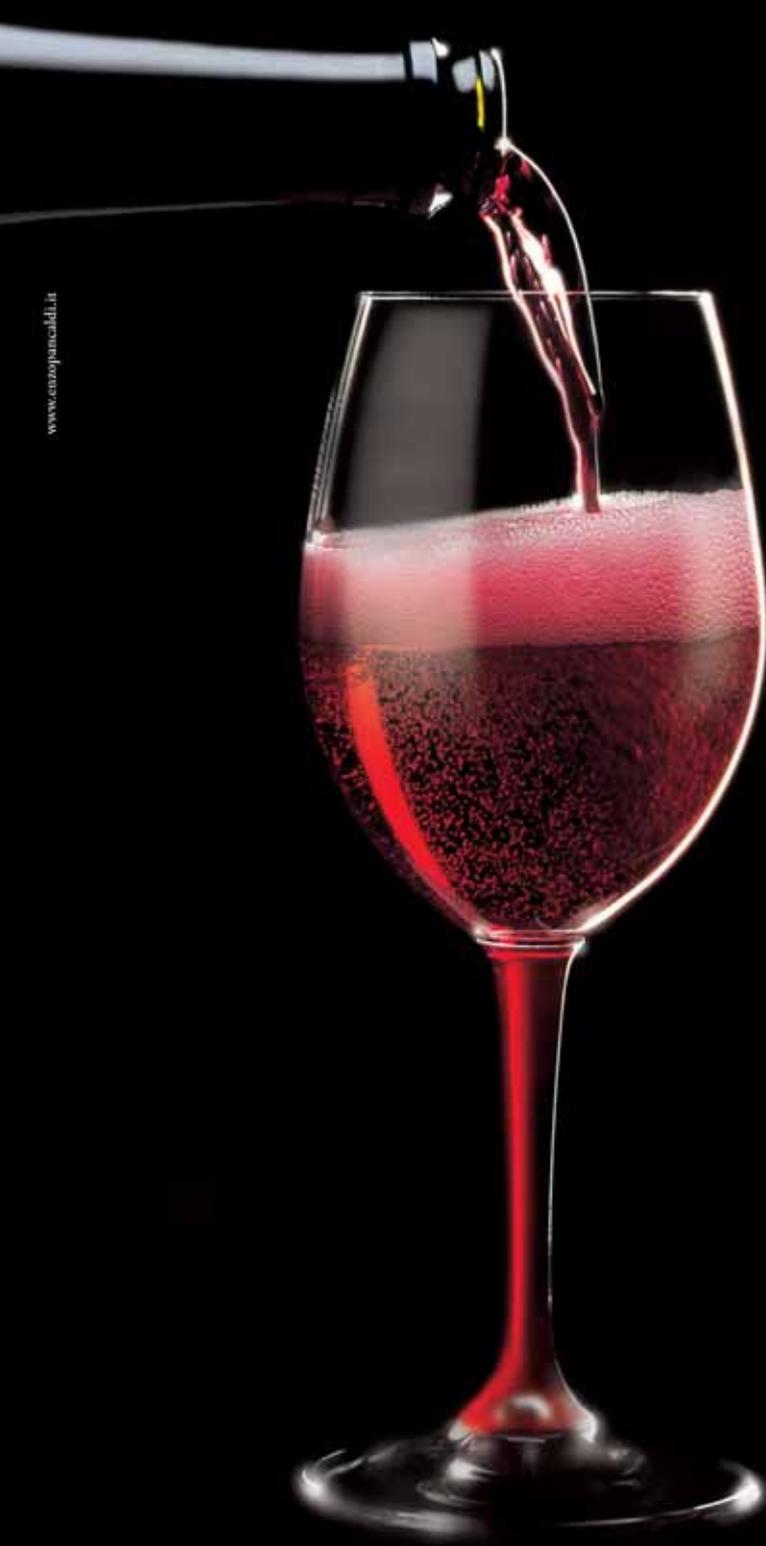
Linea Anniversary 1947

Automatico modello Saltarello. Edizione limitata e numerata progressiva 001/050



MODENA, IL TERRITORIO DEI LAMBRUSCHI DOC

Lambrusco di Sorbara
Lambrusco Salamino di Santa Croce
Lambrusco Grasparossa di Castelvetro
Lambrusco di Modena



www.enzojanacaldi.it

Aziende consorziate

CHIARLI 1860

italia@chiarli.it - www.chiarli.it

CANTINA DI S. CROCE

info@cantinasantacroce.it - www.cantinasantacroce.it

CANTINA SOC. LIMIDI SOLIERA E SOZZIGALLI

cantinasocialelimidi@libero.it

CANTINA SETTECANI-CASTELVETRO

info@cantinasettecani.it - www.cantinasettecani.it

CANTINA DI SORBARA

info@cantinasorbara.it - www.cantinasorbara.it

CANTINA SOC. DI CARPI

info@cantinasocialecarpi.it - www.cantinasocialecarpi.it

CAVICCHIOLI U. & FIGLI Srl

cantine@cavicchioli.it - www.cavicchioli.it

CANTINA SOC. FORMIGINE PEDEMONTANA

info@lambruscodoc.it - www.lambruscodoc.it

CANTINE RIUNITE & CIV - Stab. di Modena

info@civeciv.com - www.riunite.it

C.A.V.I.R.O. - Stab. di Savignano s. P. (MO)

caviro@caviro.it - www.caviro.it

CANTINA SOC. MASONE-CAMPOGALLIANO

Stab. di Campogalliano (MO)

info@cantinamasonecampogalliano.com

www.cantinamasonecampogalliano.com



www.lambrusco.net

LA CARTA INTELLETTUALE DELL'IMPRESA

Sergio Dalla Val	<i>La carta della parola</i>	9
Carlo Sini	<i>Leonardo, l'ingegno, lo spettacolo</i>	11
Jacques Attali	<i>Italiani, tornate protagonisti dell'economia europea</i>	17
Dale Mortensen	<i>Maggiori investimenti, più posti di lavoro</i>	21
Ivan Damiano	<i>La banca e il valore delle imprese</i>	22
Carlo Alberto Roncarati	<i>La carta della qualità</i>	23
Daniele Vacchi	<i>Automazione e formazione</i>	27
Andrea Ponzi	<i>L'innovazione procede dall'apertura</i>	29
Giovanni Ferrari	<i>Le carte che l'Italia può continuare a giocare</i>	31
Luciano Passoni	<i>Una rivoluzione nella robotica</i>	32
Paolo Moscatti	<i>Il valore del patrimonio intellettuale</i>	35
Christian Guiati	<i>Il temporary manager per incrementare le vendite</i>	37
Stefano Bonafè	<i>Il rischio assoluto dell'imprenditore</i>	39
Enrico Postacchini	<i>L'attività commerciale come scelta di vita</i>	41
Ermi Bagni	<i>La carta intellettuale al Palatipico modenese</i>	43
Simone Ghermandi	<i>Come integrare le tecnologie nella casa e nell'impresa</i>	45
T. Nenzioni e E. Morgantini	<i>La stanza del sale per la nostra salute</i>	47
Alecs Bianchi	<i>La via verde dell'Emilia</i>	49
Elisa Delle Donne	<i>L'importanza dei percorsi formativi nelle aziende pubbliche e private</i>	51

Questo giornale convoca intellettuali, scrittori, scienziati, psicanalisti, imprenditori sulle questioni nodali del nostro tempo e pubblica gli esiti dei dibattiti a cui sono intervenuti in Emilia Romagna e altrove, per dare un apporto alla civiltà e al suo testo.

Registrazione del Tribunale di Bologna n. 7056 dell'8 novembre 2000

TRIMESTRALE, SPEDIZIONE IN ABBONAMENTO POSTALE

Art. 2 - comma 20/B - Legge 23/12/96 n. 662

Pubblicità inferiore al 45%, a cura dell'Associazione Il secondo rinascimento

Iscrizione al Registro Nazionale della Stampa n. 11021 e al ROC n. 6173

Numero quarantasei. Stampato nel mese di dicembre 2011, presso Poligrafico Artioli S.p.A., via Emilia Ovest 669 - 41100 Modena

EDITORE: Associazione Culturale Progetto Emilia Romagna

DIRETTORE RESPONSABILE: Sergio Dalla Val

REDAZIONE E ABBONAMENTI:

Bologna - via Galliera 62 - 40121, tel. 051 248787; fax 051 247243

Modena - via Mascherella 23 - 41100, tel. e fax: 059 237697

Sito Internet: www.lacittaonline.com - www.ilsecondorinascimento.it - redazione@lacittaonline.com

EQUIPE DI REDAZIONE:

Agnese Agrizzi, Roberto F. da Celano, Ornella Cucumazzi, Caterina Giannelli, Carlo Marchetti, Luca Monterumici, Marco Moscatti, Anna Maria Palazzolo, Simone Serra, Anna Spadafora.

EQUIPE ORGANIZZATIVA:

Francesca Baroni, Daniele Borin, Silvia Pellegrino, Pasquale Petrocelli, Silvana Rubini, Panteha Shafiei, Mirella Sturaro.

In copertina: Alfonso Frasnedi, *Verde bruciato d'autunno*, acrilico su tela, cm. 130x180. Questa e le altre opere all'interno sono pubblicate per gentile concessione del Museum of the Second Renaissance, Villa San Carlo Borromeo, Milano Senago.

Amore a prima vista

*Guadagnare la fiducia del cliente
da subito e mantenerla:
questo è il nostro obiettivo.
nMX/F è una termoformatrice
ad imbutitura profonda
che garantisce massima affidabilità,
produttività alta e costante
ed un approccio semplice
e rigoroso al cambio formato.
Apprezzerai subito le sue prestazioni,
la facilità di gestione e di
riconfigurazione,
la sua logica di controllo semplice
ed efficace ed il tuo investimento
diventerà produttivo a breve termine:
sarà un amore a prima vista.*



GB GROUP BRUNO SpA



nMX/F
termoformatrice
per imbutiture profonde
by

partena ...

PACKAGING EXPERIENCE SINCE 1965

GB Gnudi Bruno SpA - via e. masi 9 - 40137 bologna (Italy)

t +39.0514290611 - f +39.051392376 - www.gbgnudi.it - info@gbgnudi.it

capitale sociale € 780.000 I.V. - C.C.I.A.A. Bologna 173078_Reg. Imprese Bologna, C.F. / P.IVA (MAT) IT00326220373



Arte Caron - Riflessi d'arredo

Via Cesare Battisti 38-40, Modena Centro - Tel. 059.243499



Arte Caron

*L'arte di arredare.
Complementi di arredo,
cornici in sheffield e
tanti oggetti, frutto di
una ricerca incessante e accurata.*

i n n o v a z i o n e

v a l o r e



q u a l i t à

s e r v i z i o

Via Repubblica Val Taro, 220 - 41122 Modena
tel. 059 452081 • fax 059 452066
fax verde 800 117800

www.utensileria-modenese.com
e-mail: info@utmo.it

LA CARTA DELLA PAROLA

Chi è interessato alla comunicazione ideale, senza la scrittura, come Platone, o chi bada soltanto all'azione, senza la parola, come il luogo comune, diffida della carta. "Sì, sulla carta è così, però...", enuncia chi cerca la sostanza, il concreto, i fatti. Così la carta diviene ideale, e innanzi all'ideale ogni testo è cartastraccia, tutti i documenti sono scartoffie. E quel che è di carta non vale niente, non fa nemmeno paura, come la tigre a cui Mao Tse Tung paragonava il capitalismo, "una tigre di carta", diceva.

Carta, dal greco *chàrtes*, la parte interna del papiro. O dal latino *quarta*, che allude alla piegatura del foglio in quattro, come quaderno? La carta e il foglio. Innanzi tutto superficie, apertura. Carta bianca: questione aperta, non il principio di selezione. Sulla carta: la carta al posto della parola – carta d'identità, testo sacro, "carta canta" – o carta della parola, con cui si gioca e si forma la partita della vita? Con la carta della parola quel che si dice si fa e si scrive, in assenza di sistema, gruppo, insieme, perché non è la carta del dialogo che, da Platone a oggi, offre l'ultimo farmaco della salute pubblica, governata dall'idea di bene. Mentre il dialogo fonda la risposta, dunque procede dalla chiusura, la carta della parola procede dall'apertura. È la carta del viaggio, in direzione del valore. Pertanto è la carta della tolleranza, la carta della politica, la carta della diplomazia, la carta del commercio, la carta dell'impresa, la carta della città.

L'impresa esige la sua carta, la carta intellettuale dell'impresa che, con questo numero, incominciamo a scrivere. Per incominciare e per debuttare. Carta costituzionale? L'azienda non ha bisogno di una norma fondamentale, di principi a cui sottoporsi. La carta della parola non s'istituzionalizza, è la carta dell'esperienza e della sua scrittura. Carta dei diritti? Diventerebbe carta delle pretese, ma all'imprenditore non basta che ci sia chi lo difenda e lo rappresenti, tanto meno presso i palazzi della

politica. La carta dell'impresa implica le logiche della parola: è la carta della speranza, che per l'imprenditore non viene mai meno, nemmeno in condizioni estreme; è la carta della fede, fede nella riuscita che non ammette alternative; è la carta della solitudine, perché l'equipe non serve come aiuto o rimedio; è la carta della dimensione, in quanto l'impresa non si valuta dalla grandezza, ma secondo la materia della sua esperienza; è la carta del funzionamento: nessun ruolo o posto fisso nell'impresa, che esige *brainworkers*, non burocrati.

L'impresa stessa non ha un ruolo morale o sociale, per questo non può limitarsi a una carta etica, che esprima



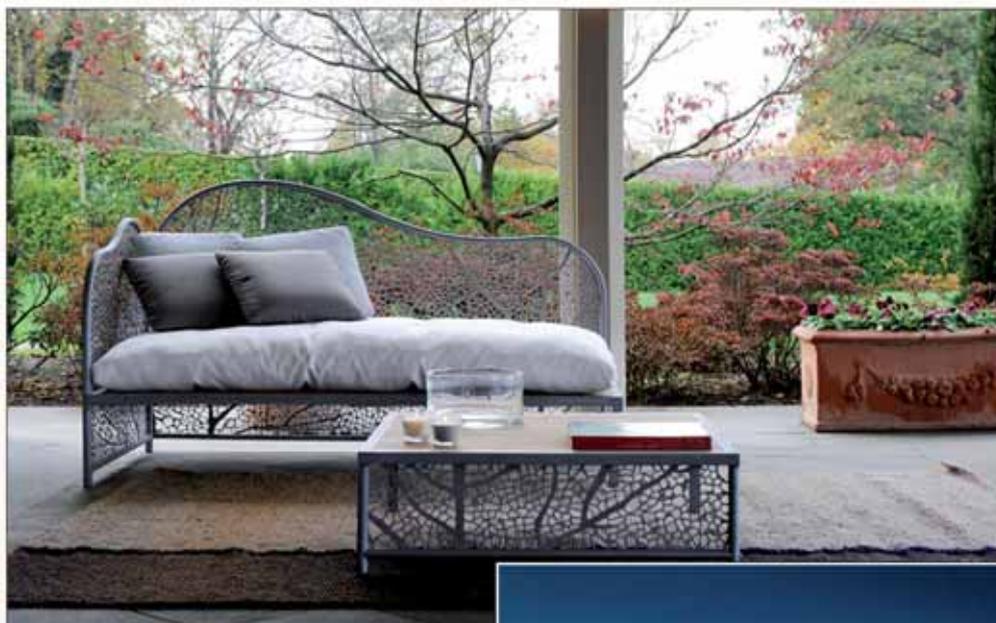
Alfonso Frasnedi, Senza titolo, acrilico su tela

prescrizioni e regolamenti in nome di un presunto bene comune. Non deve adeguarsi ai valori conformisti, occorre che giunga al valore, secondo la sua particolarità, con un processo di valorizzazione della sua ricerca e del suo fare che richiude la carta intellettuale. Con questa carta, l'impresa entra nella narrazione, dunque è pragmatica; non racconta il suo caso, ma diviene, con il racconto, caso di qualità. La carta intellettuale ospita la scrittura dell'impresa, con cui

ciascuna cosa procede per integrazione dall'apertura e si rivolge alla qualità. Infatti, come nota in questo numero Paolo Moscatti, per il valore dell'impresa non basta il riferimento al MOL o all'EBIDTA, ma importa come l'impresa si fa e si scrive; né servono gli standard, che non tengono conto della specificità e del ritmo di ciascuna impresa. Se la carta è intellettuale, il business plan, i bilanci, le scritture contabili non sono dati al di fuori della parola, da interpretare secondo i ricordi dei burocrati, ma esigono una lettura che proceda dall'apertura lungo l'ascolto e l'intendimento. L'impresa non ha bisogno di favoritismi o di agevolazioni dalla burocrazia amministrativa e fiscale che, anzi, di favoritismi si nutre, ma richiede che le sue innovazioni nella propria organizzazione, nella propria amministrazione, nelle proprie procedure non vengano riportate al *dejà vu*, dunque osteggiate, limitate, punite dallo Stato burocratico.

La carta serve a dare all'impresa le proprie regole, a fondare l'impresa nell'autonomia? Oppure soltanto a difenderla dalla politica, dal mercato, dalla finanza che valutano il suo valore al prezzo di realizzo in caso di liquidazione o di acquisto quote? Qualificare la carta dell'impresa come intellettuale rileva dalla constatazione che, come indica il libro di Roberto Ruozi *Il valore dell'impresa (Spirali)*, l'impresa non può essere valutata con criteri oggettivi ovvero limitati al valore dei beni, degli immobili, dei materiali. Il patrimonio dell'impresa è intangibile e irrapresentabile, alluso appena dai suoi marchi, dalla sua direzione, dalla sua memoria, dalla sua strategia. Valori che non si vedono, ma che si scrivono all'attivo della carta intellettuale. La scrittura dell'impresa è la scrittura del programma che poggia sul rischio e sulla scommessa, non sulle coperture e sulle sostanze, e si avvale dei dispositivi di parola, organizzativi, operativi, pragmatici, oltre che dei macchinari e della tecnologia. Intellettuale è il dispositivo: dispositivo, per Quintiliano, è il ritmo, non il sistema o il meccanismo. Il valore dell'impresa risulta il valore dei suoi dispositivi intellettuali, la carta intellettuale dell'impresa è la carta del suo valore insostranziale, del suo valore intellettuale. Questa è la carta da giocare per la riuscita.

Per vivere e arredare in modo unico i tuoi spazi all'aperto



La ditta Rinaldi Service nasce con l'esperienza di essere l'unico centro di assistenza per la ditta Corradi. Il nostro scopo è soddisfare il cliente, utilizzando i migliori e più tecnologici prodotti presenti sul mercato.

Con il nostro personale specializzato ci occupiamo di tende da sole, tende Ermetika per l'inverno, pergolati in legno classici, box auto, tutta la gamma Pergotenda e arredamenti per esterni, Impact, Coverpact e zanzariere.



Rinaldi Service offre la possibilità di realizzare inoltre tende da sole senza più cuciture, dispone di prodotti certificati col marchio CE e tutti i prodotti godono di una garanzia che varia da 5 a 10 anni.

Corradi
OUTDOOR LIVING SPACE

CARLO SINI

professore di Filosofia Teoretica all'Università Statale di Milano

LEONARDO, L'INGEGNO, LO SPETTACOLO

Quello che noi oggi chiamiamo rivoluzione di paradigma è stato introdotto da Leonardo da Vinci. È cambiato il paradigma del sapere, anche se purtroppo solo in parte. Qual è stata questa rivoluzione? Ne parlo per mostrare che è di grande attualità e la riepilogo con una sua battuta famosissima: "Sono un uomo senza lettere", diceva. Che cosa voleva dire? Che era un ignorante? Ovviamente no, ma che il suo sapere non nasceva dai discorsi. Il cambiamento di paradigma, l'altro modo di guardare il sapere che nasceva nelle botteghe della Firenze del Quattrocento – non nelle Università, ma nelle botteghe –, non era retorico, verbalistico, non era costituito dal continuo commento dei testi degli antichi, non era costituito da quella sorta di umanesimo delle lettere che invece ha poi continuato a prevalere per una serie di ragioni anche politiche, ma nasceva dal fare le cose. Nasceva dalla mano, piuttosto che dalla lettera, nasceva dall'orecchio e dall'occhio, cioè dalla sensibilità.

Un altro motto di Leonardo, che ci fa andare subito al cuore della sua visione rivoluzionaria, recita: "È meglio sezionare che astrarre". Poi, molto più avanti nel tempo, Bacon riprese questo motto dicendo: "Melius autem est naturam secare,

quam abstrahere". Cioè meglio prendere un oggetto e farlo a pezzi, guardare al suo interno, come fanno i bambini, anziché dare definizioni astratte rispondendo a domande come: che cos'è il movimento? che cos'è il sole? che cos'è la luna? che cos'è il calore? Le risposte a tali domande sono solo una serie di proposizioni verbose, semplici chiacchiere che, come diceva Bacon, non ci danno alcun potere sulla natura. Tali definizioni possono darci un orientamento, sono state sicuramente necessarie, importantissime, fondamentali, hanno disegnato una zona indispensabile del sapere occidentale. Occorre però considerare che quella sapienza è finita, continua solo a rimasticare se stessa. È invece meglio *secare*, tagliare. E questo vuol dire essere già nella realtà digitale, chi ragiona così è già arrivato a capire che la realtà di un oggetto va *secata*, rifatta e ricostruita a fettine, per avere l'oggetto nelle mani, per farlo proprio. Un sapere meno definito è puramente retorico. Ecco allora che al primo posto, in questa visione di Leonardo, non sta il logos, il discorso, la letteratura. Tutte cose bellissime che non sono certo da buttare via, ma il centro della nuova sapienza e del cambiamento di paradigma è l'*ingenium*, l'ingegno. L'ingegnere, parola che



Carlo Sini

risuona nei testi di Leonardo, è colui che usa l'*ingenium*. Ma che cos'è l'ingegno? L'ingegno è l'arte. Si sente dire che il design è anche estetico. No signori, il design non è anche estetico. Questa è ancora una visione umanistica e retorica. O il design è arte o non è niente. E per arte dobbiamo intendere la capacità di produrre le cose, non la capacità di definirle esteticamente. Basta con l'estetica aristotelica, basta con l'estetica crociana. Dobbiamo comprendere che la visione bella delle cose, *astratta* dal loro uso quotidiano, dal loro uso nelle case, nella vita di ciascuno, destina le opere d'arte al museo, dove ovviamente le salviamo dalla morte. Ma tali opere sono già quasi morte, perché sono soltanto percorsi di una cultura di chiacchiere. Sono quei percorsi abbastanza penosi delle scolaresche messe in fila, con due o tre professori disperati che cercano d'interessare cinquanta ragazzi al pannello delle vesti, mentre essi pensano a tutt'altro. Questa scuola non insegna più niente e non raggiunge più i nostri

Campagna abbonamenti 2012

REGALATI E REGALA
UN VIAGGIO NELLA
"CITTÀ DEL SECONDO RINASCIMENTO"

Abbonamento sostenitori 50,00 euro
Abbonamento ordinario 20,00 euro

Associazione il secondo rinascimento:
- con bollettino di c/c postale N. 99864993
- con bonifico bancario IBAN: IT2010327302402000700100243

Per informazioni, tel. 051/248787 - 059/237697
press@ilsecondorinascimento.it - info@lacittaonline.com
www.ilsecondorinascimento.it - www.lacittaonline.com

Il testo di Carlo Sini è tratto dal suo intervento al Forum internazionale La materia intellettuale (15 aprile 2011, Villa Cavazza, Bomporto, Modena).

LA SERENITÀ
SI COSTRUISCE
GIORNO PER GIORNO
con MODENASSISTENZA



MODENASSISTENZA

*SERVIZI PRIVATI DI ASSISTENZA DOMICILIARE
A CASA E IN STRUTTURE OSPEDALIERE*

PER ANZIANI, HANDICAPPATI, MALATI, DISABILI E PERSONE NON AUTOSUFFICIENTI

MODENA - VIALE V. REITER 38 - Tel. 059.221122
www.modenassistenza.it - e-mail: info@modenassistenza.it

ragazzi perché non ha più alcunché di vitale da dare loro. Sarebbe molto più interessante se agli studenti mettessero in mano i colori e la tela da dipingere per far capire loro come si fa arte. Allora sì che comprenderebbero quanto è importante il pannello, non perché glielo abbiamo spiegato, per astrazione, ma perché loro lo hanno sezionato, cimentandosi nel fare. Questa è cultura, con l'altra impostazione si fanno solo chiacchiere. Ed è naturale che i nostri ragazzi siano poco reattivi a questo tipo di tradizione di chiacchiere culturali, di programmi vecchi, stantii, di modi d'insegnare che ormai non afferrano più la realtà.

Leonardo si è formato nelle botteghe, dove non gli insegnavano che cos'è l'estetica. La parola estetica non esisteva per lui in questa forma astratta, moderna o antichissima. Quando era ragazzo di bottega, gli dicevano: "Fammi un po' di rosso, vedi quella roba lì? La pesti e ci metti un po' d'acqua". Così è stato allevato, così ha imparato il mestiere, cioè l'arte. Perché arte vuol dire *téchne*, vuol dire fare le cose, acquisire una tecnica. Non nel senso che la

tecnica esclude la teoria, ma che la tecnica è un sapere in azione, un sapere attivo.

Allora capiamo la grande intuizione leonardesca: l'arte di tutte le arti, che vuol dire la scienza di tutte le scienze, è la pittura. Ma perché la pittura? Per intendere questo occorre leggere il libro di Armando Verdiglione, *Leonardo da Vinci*, che è originalissimo, perché l'autore ha capito cose che altri non hanno capito. Che cos'è la pittura? È la capacità di riprodurre il reale. Ma riprodurre il reale non vuol dire darne un'immagine, vuol dire produrlo di nuovo. Vuol dire, ancora una volta, *secare*, tagliare, cioè mettersi in una prospettiva in cui far vedere com'è fatta la cosa, e rifacendola impadronirsi, farla propria, perché per la prima volta la si guarda com'è. In questa arte di riproduzione del reale c'è la virtualità. Quella che noi oggi chiamiamo realtà virtuale è un'invenzione di Leonardo. Lui naturalmente operava con i mezzi del suo tempo, ma concepiva la pittura così, non per le infinite chiacchiere estetiche dei critici letterari che non colgono l'essenza.

Per capire la personalità di Leonardo e la grandiosità della sua intuizione bisogna mettersi all'altezza di quello che lui ha visto nella pittura, non l'arte in senso estetico, ma lo *spectaculum*, lo *spectare*. Che cosa vuol dire *spectare*? Cicerone diceva "Spectatur ignibus aurum". L'oro lo si saggia nel fuoco. *Spectare, spectaculum*, vuol dire mettere alla prova una cosa. Allora dipingere vuol dire mettere alla prova quella cosa. Dipingere il volo degli uccelli vuol dire mettere alla prova l'idea che ci siamo fatti del volo, tagliandolo a fettine, mettendolo in tutte le prospettive. Come diceva Leonardo, facendolo da un lato apparire in tutta la sua esteriorità e dall'altro ricostruendolo all'interno con la geometria. Quindi, matematica e pittura. Capite che questa strada non è stata seguita, non l'abbiamo seguita questa strada. Hanno vinto gli umanisti. Ha vinto Petrarca. Ha vinto la tradizione di una scuola aristocratica che coltivava i figli dei signori, li coltivava con la retorica, con la dottrina morale, con la capacità di argomentare i valori morali, ne faceva gentiluomini da grande



Eu. Ro. Edilservizi
La nostra esperienza al vostro servizio

- Ristrutturazione di appartamenti, bagni e cucine
 Manutenzione stabili
- Interventi di opere murarie
 Piccoli scavi con macchine operatrici
- Riparazione coperti, grondaie e pluviali
 Cartongesso
- Imbiancatura di interni e esterni
 Realizzazione di pavimenti e rivestimenti
- Lavori di falegnameria
 Traslochi accurati

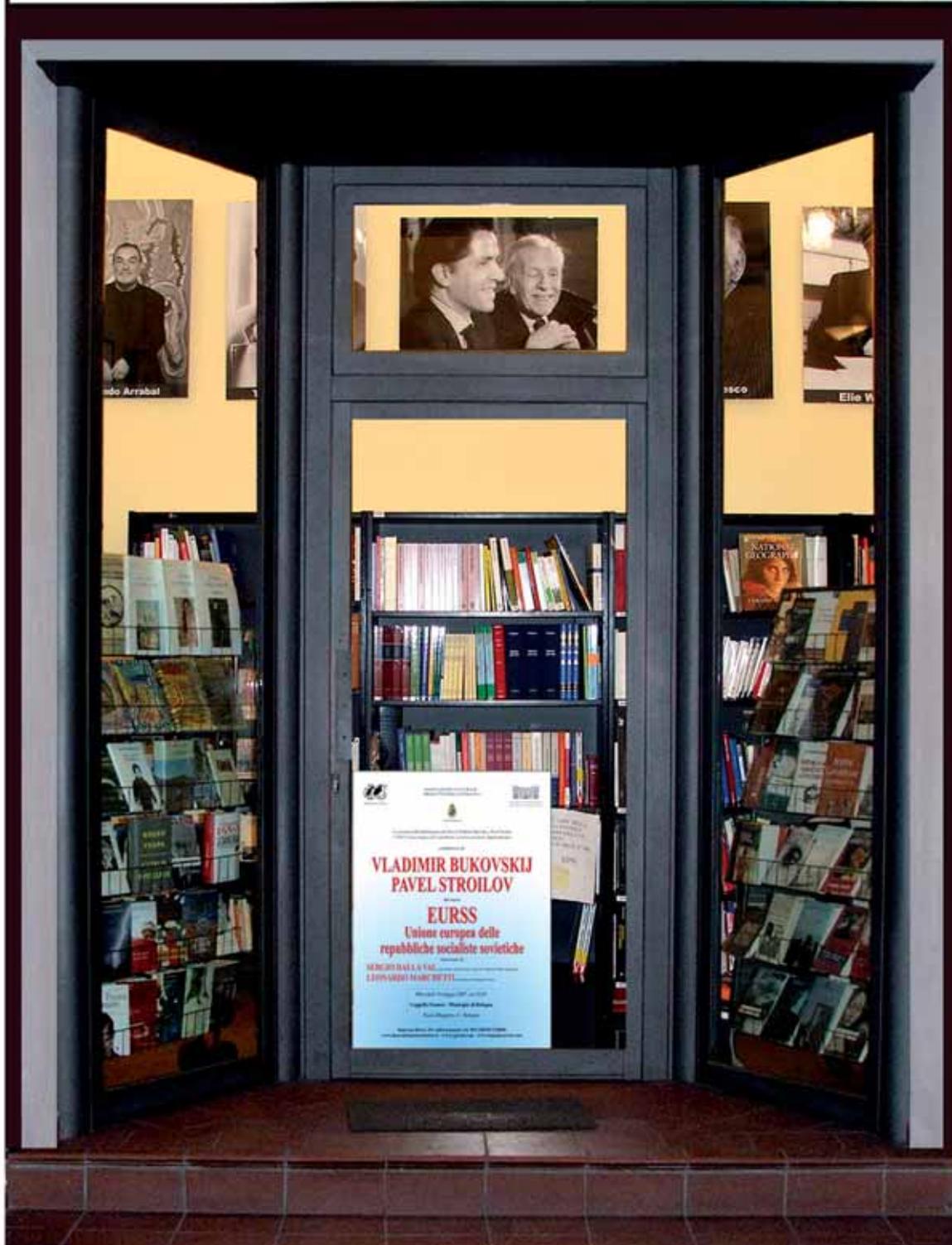
CI TROVIAMO A BOLOGNA
 Via Demetrio Martinelli 11/D
 Tel. e Fax 051-313749 - Cellulare 335.6232788
 euroedilservizi@alice.it – www.euroedilservizi.com

LOGICHE

Il piacere della lettura

**IL SECONDO
RINASCIMENTO**

*Libreria
Galleria*



SCONTO
DEL 15%
su tutti i libri
ai lettori di
questa rivista

LIBRI: saggi, romanzi, testi universitari
ARTE: grafiche d'arte, libri d'arte

Bologna - Via Porta Nova 1/A - Tel. 051-228800 - Fax 051-19980103
Orari: 9-13 – 15.30-19 (Chiuso sabato mattina e Domenica)

salotto, li preparava alle grandi imprese politiche, mentre gli operatori tecnici erano considerati inferiori. Quella era la grande cultura aristocratica, Leonardo aveva invece il suo mondo nel rinascimento, ma il rinascimento ha perso, l'Italia ha perso, ha vinto l'Europa protestante, è stato condannato Galileo, ha vinto la scuola retorica umanistica fondata sul greco, sul latino, sull'ebraico. Non sto dicendo che dobbiamo tornare indietro. È successo quel che è successo, ma certamente questa impresa inaugurata da Leonardo si è fermata. In parte l'ha ripresa un po' Cartesio, ma venendo a patti, inevitabilmente, distinguendo fra *res cogitans* e *res extensa*, l'anima e il corpo, altrimenti la Santa Romana Chiesa gli tagliava la testa o lo bruciava come ha fatto con Giordano Bruno. In Leonardo invece non c'è questo compromesso, in Leonardo la pittura è l'anima e la geometria è

lo spirito, sono la cosa nella sua unità, e la sua unità è meccanica nel senso profondo della parola. È una *mechané*, un meccanismo, una proiezione nella macchina che viene umanizzata e resa possibile nei suoi usi infiniti. È una rivoluzione di paradigma, una rivoluzione nella scienza che arriverà fino al Settecento.

Allora non è interessante il semplice produrre, produrre la merce, il prodotto in quanto valore di scambio, bensì produrre il prodotto come valore d'uso. E il valore d'uso del prodotto è la sua socialità. È importante produrre il quadro perché stia nella mia casa, non nel museo. Produrre le cose perché noi viviamo di quelle cose. Così lavorano le botteghe rinascimentali, questo è il lavoro che si fa nella Firenze del rinascimento, e così anche a Ferrara, a Milano, a Roma, le città frequentate dal nostro Leonardo. Dunque non importa una merce fatta pensando

soltanto alla richiesta del mercato, per essere venduta e dunque tradotta in capitale finanziario. Il design non è questo, è un lavoro che collega molti campi, uno dei quali è l'utilità sociale del prodotto, il fatto che lo si consumi, che lo si usi, che ci si viva dentro, che ci si viva con, che ci si viva assieme. Allora ciò che è importante è che il prodotto sia spettacolare, che faccia spettacolo, che si renda fruibile come spettacolo. Pensate al fenomeno contemporaneo della spettacolarizzazione della cultura. Se ne può dire tutto il male che si vuole, è facile dire male della spettacolarizzazione della cultura e delle filosofie che si trovano nella strada, ma se tale spettacolarizzazione ha così successo qualche ragione ci sarà. E noi dobbiamo prenderne la parte costruttiva. È un modo per dire che ciò che si produce deve tornare tra la gente, deve essere creazione virtuale di contesti d'uso.

Con il patrocinio del

Associazione Culturale
Progetto Emilia Romagna

Associazione Culturale
LA CLINICA DELLA PAROLA



Comune di Modena

SPIRALI

LA CITTÀ
DEL SECONDO RINASCIMENTO

Sono aperte le prenotazioni per "I lunedì della cifrematica", otto appuntamenti con

ANNA SPADAFORA

psicanalista, direttore dell'Associazione Culturale Progetto Emilia Romagna

sul tema

SESSUALITÀ E IMPRESA

Quando le cose si scrivono

Quali sono gli strumenti perché la sessualità non sia considerata un tabù o un problema lasciato alla cosiddetta sfera dell'eroticismo, o tutt'al più agli specialisti, e l'impresa non sia demonizzata e pensata come luogo degli "affari" finalizzati alla speculazione? E in che modo la sessualità e l'impresa possono trovare la loro scrittura con la politica dell'Altro, senza conflitti e competizioni, senza lo spreco che rappresenta il nemico da cui difendere il territorio? Allora, se non si tratta di ottenere un primato a tutti i costi, in che modo ciascuno può instaurare dispositivi di riuscita e divenire caso di qualità? A queste e altre domande risponderà Anna Spadafora nei "Lunedì della cifrematica": 16 gennaio, 15 febbraio, 19 marzo, 16 aprile, 14 maggio e 11 giugno 2012.

Info e prenotazioni: 059 237697 - 333 4537688 - www.lacittaonline.com

L'ingresso è libero ma, dato il numero limitato di posti disponibili, è consigliabile prenotare subito al seguente indirizzo: press@ilsecondorinascimento.it

IDEA GROUP

L'arredobagno da Oscar

Quest'anno i visitatori del Cersaie, Salone Internazionale della Ceramica per l'Architettura e dell'Arredobagno, non potevano passare davanti allo stand di Idea Group senza rimanere sorpresi per il suo stile elegante e raffinato e al tempo stesso essenziale, che rispecchia la filosofia e l'immagine del Gruppo (con radici nella provincia di Treviso), che fa dell'eccellenza nella qualità e nel design, rigorosamente made in Italy, i propri punti di forza.

Non a caso, ha vinto il prestigioso premio Cersaie Award 2011, selezionato tra oltre 1.000 espositori e premiato come *best design exhibit*, ovvero lo stand espositivo (si veda uno scorcio nella prima foto in basso) con il miglior concept di design. La stessa combinazione fra un approccio sartoriale e una realtà industriale, che contraddistingue il Gruppo, è stata applicata allo spazio espositivo, caratterizzato da essenzialità e integrazione: il bianco dominante veniva spezzato da elementi in vetro, legno e zone "green", effetto prato; lo spazio era diviso in maniera flessibile e creava un ambiente che si apriva e si chiudeva grazie a giochi di modularità e pareti trasparenti; le soluzioni arredo bagno erano integrate da elementi di arredo proposti da aziende partner del Gruppo.

Dal 1987, quando i titolari, forti dell'esperienza nel settore dei componenti legno e dell'arredamento, deci-



sero di creare un nuovo marchio per l'arredobagno, che offrisse soluzioni innovative non più mirate a riempire uno spazio ma a vestirlo, disegnandolo su misura secondo le esigenze del cliente e le nuove tendenze dell'architettura, Idea Group ha mantenuto quel carattere di unicità che si respira ammirando le creazioni delle quattro unità produttive del Gruppo: AQUA, BLOB, DISENIA E IDEA.

Grande successo ha riscosso, fra le novità presentate quest'anno, la serie di elementi contenitori a integrazione della collezione **Cubik by IDEA**, caratterizzati dal nuovo modulo di altezza 25,5 cm, che permette di moltiplicare le possibilità compositive della collezione, assecondando le esigenze estetiche di chi desidera un mobile contenitore estremamente minimale, compatto ed essenziale.

Il nuovo elemento contenitore viene proposto sia in versione standard che nella versione porta lavabo: nella versione standard, le lunghezze disponibili sono 25, 35, 45, 70, 90 e 120 cm, mentre la versione porta lavabo offre 3 lunghezze diverse (70, 90 e 120 cm).

Così come l'intera collezione Cubik (si vedano i tre esempi nelle foto qui pubblicate), anche la nuova linea di elementi contenitori è disponibile in tre colorazioni di laminato unicolor HPL (effetto cemento, porfido e ardesia), mentre per quanto riguarda i colori opachi e lucidi la possibilità di scelta si espande ai 40 colori del campionario laccati Idea Group.

L'arredo Cubik si distingue complessivamente per linearità, pulizia e rigore estetico; presentato in combinazione con le nuove specchiere a led e con i piani in particolari finiture, è un connubio vincente di qualità, funzionalità ed estetica: priva di maniglie esterne, l'apertura dei cassetti e delle ante è facilitata da una gola interna. Le ante, realizzate con i bordi inclinati a 45 gradi, sono separate da fessure che producono un gioco di linee geometriche ortogonali, che conferiscono quell'impatto visivo minimale caratteristico delle tendenze attuali.

Ma questo è solo un assaggio dell'affascinante esperienza che i nostri lettori architetti possono proseguire fra le suggestive immagini del sito, dove troveranno anche un bellissimo filmato dello stand premiato:

www.ideagroup.it



JACQUES ATTALI

economista, scrittore, banchiere, presidente della Commissione
per la liberazione della crescita

ITALIANI, TORNATE PROTAGONISTI DELL'ECONOMIA EUROPEA

L'attuale fase storica esige una constatazione essenziale per l'Europa e per l'Italia: non può esistere un mercato sostenibile senza le leggi e la loro applicazione e senza un ordine. Come può avvenire una globalizzazione dei mercati, se non c'è la globalizzazione delle leggi e dei regolamenti? Senza leggi, vivremo solo la globalizzazione dei mercati criminali, del mercato nero e dell'economia sommersa; vivremo la globalizzazione della finanza, ma non la globalizzazione di una crescita sostenibile. Nonostante sappiamo che le nazioni non possono sopravvivere senza leggi, abbiamo organizzato tanti diversi liberi mercati in tutto il mondo, senza regolamentazioni a livello planetario. Ma neppure il G20 è una soluzione efficace, perché non riesce a creare regole che funzionino a livello mondiale.

La crisi è incominciata, se ci pensate, proprio perché abbiamo creato una globalizzazione senza regole. La finanza può funzionare senza le regole, ma non con l'economia globale, con le società globali. Cosa succede allora quando la finanza crea la crisi globale? In questo caso non è stata approvata una legge, e nemmeno una regolamentazione, da parte della Banca Mondiale, dell'Organizzazione Mondiale per il Commercio e di altre organizzazioni. L'unica decisione è stata quella di rinviare il problema aumentando il debito pubblico. In tutto il mondo, abbiamo solo spostato il problema

economico dal pubblico al privato. "Qualcosa succederà", diceva qualcuno, ed è esattamente ciò che sta accadendo a tutti noi adesso, quando pensiamo di aspettare che la soluzione arriverà da sola. A volte accade che la soluzione intervenga con l'innovazione o con le guerre. Così potrebbe accadere che qualcosa



Jacques Attali al convegno inaugurale del Cersaie 2011

o qualcuno che arriva da fuori ci porti la soluzione. Per questo rinviamo, ma, rinviando, le soluzioni non arrivano perché l'innovazione non è sufficiente, l'inflazione non aiuta e la guerra non c'è, per fortuna. Abbiamo aumentato, però, il livello d'indebitamento. Pensate non solo agli Stati Uniti, ma anche alla Cina. La prossima grande notizia sarà il timore della bancarotta della Cina, dato che l'indebitamento di questo grande paese nei confronti del mondo corrisponde al 70 per cento del suo PIL. E noi non facciamo altro che aspettare. Aspettiamo che qualche aiuto arrivi, forse dalla luna o da qualche altra parte?

Anche i paesi europei hanno

aumentato il livello di debito, per questo dovremmo parlarne di più e trovare una soluzione europea. Finora non abbiamo mosso nulla e così il debito è aumentato un po' troppo in tutti i nostri paesi. E poi, nel momento in cui non riusciamo a finanziare il nostro debito, ci rivolgiamo alla Banca Centrale. Negli Stati Uniti si chiama "leasing quantitativo", mentre in Europa usiamo un termine diverso, ma fondamentale sono le banche che danno denaro alle banche centrali, che fanno altrettanto con le banche locali. Si tratta semplicemente di una libera creazione di denaro senza nessuna soluzione.

È vero che in questo momento nessuno di noi può fidarsi di questo sistema. È anche vero che sempre in questo momento un aspetto del problema è la Grecia, che rappresenta il 2 per cento del PIL europeo. Sarebbe un problema facile da risolvere, però non viene risolto. Alcuni anni fa poteva essere più facile intervenire, ma non è stato fatto. La soluzione è stata trovata nello scorso mese di luglio, ma non è stata ancora implementata proprio per le lungaggini parlamentari, e forse la Grecia potrebbe

fallire. E allora potrebbe accadere che quello che chiamiamo il mercato dovrebbe essere forse chiamato l'area dei "lenders", cioè dei finanziatori, che giustamente vogliono sapere se la Grecia li ripagherà o qualcuno pagherà al suo posto. Se nessuno pagherà per la Grecia, è chiaro che la domanda cambierebbe e diventerebbe: cosa succederà la prossima volta? La prossima volta potrebbe capitare alla Spagna, all'Irlanda, al Portogallo e infine all'Italia. Per tantissime ragioni. Potrebbe capitare anche alla Francia, perché la situazione francese non è certo migliore della vostra, in Italia. Ma, oggi, in prima fila c'è proprio l'Italia.

L'Italia ha un debito pubblico ele-



Victim Design
Design & Arte del XX secolo
Via Castiglione 13/B - Bologna - Italia
+39 338 58 96 222
info@victimdesign.it - www.victimdesign.it

Temporary Shop - Via Aldrovandi 5/A
40026 Imola

vato, è lenta nell'attività legislativa, è carente nella gestione governativa e non è credibile quando promette l'attuazione delle riforme. E ancora, non sembra essere in grado di trovare un buon equilibrio tra l'Italia molto ricca e quella molto povera. C'è qualcosa d'ironico nella situazione italiana. Quando consideriamo l'Europa, per esempio, vediamo che la ricchezza privata dei cittadini europei è sei volte il PIL europeo, mentre la ricchezza privata italiana – almeno, quella che conosciamo – risulterebbe otto volte il PIL italiano. Questo vuol dire che basterebbe una tassa dell'uno e mezzo per cento, applicata per dieci anni, per sbarazzarsi completamente dell'intero debito pubblico. Ovviamente questo non accadrà mai, perché manca la credibilità e la capacità di attuare una simile misura. Nessuno di noi è pronto a implementare le leggi e il diritto a livello europeo e mondiale ma, se non siamo in grado di farlo, rischiamo veramente il tracollo.

In Italia, può essere fatto in breve tempo qualcosa che aumenti la credibilità del paese, ma se questo non avviene, allora potrebbe presentarsi lo scenario peggiore. Anzitutto si potrebbe verificare la bancarotta della Grecia, poi potremmo avere una perdita di fiducia delle banche italiane e francesi, in terzo luogo potrebbe intervenire una mancanza di fiducia anche nei confronti della capacità italiana di restituire il debito. Quarto punto, potrebbe subentrare una sfiducia nella capacità dell'intera Europa di risolvere i problemi italiani, visto che l'Europa non è stata neanche in grado di risolvere il piccolo problema greco. E, quinto e ultimo punto, potrebbe esserci il crollo dell'euro.

Però, rimangono ancora due considerazioni. La prima è che l'euro non sopravvivrà senza un budget federale, perché in tutta la storia non abbiamo mai constatato che una divisa possa proseguire senza uno stato. Se non si costituirà uno stato europeo, fra dieci anni, l'euro non esisterà più. Questo è il primo aspet-

to. Il secondo è che, nel caso di crollo dell'euro, tutti i singoli mercati e il mercato unico crolleranno, perché noi abbiamo creato l'euro proprio per sostenere il mercato unico. Il mercato unico, infatti, senza questa divisa non può funzionare.

È fondamentale che tutti quanti voi, cittadini italiani, facciate tutto ciò che è necessario per riacquistare credibilità, per aumentare la vostra capacità di essere veramente protagonisti dell'economia mondiale. Dovete trovare un modo per aumentare il livello di tasse al punto da ridurre il vostro debito, ricordando



Alfonso Frasnedi, *Senza titolo*, acrilico su tela

che è più facile ingoiare un pezzo solo una volta sola, che non stare in agonia per dieci anni. Fatelo una volta sola, con forte impatto. La prossima settimana annunciate un programma credibile sull'aumento delle tasse, sulla riforma pensionistica, sulle riforme del mercato del lavoro e anche sull'efficienza dell'apparato governativo. Parlate anche di sviluppo regionale, fate riferimento alle riforme universitarie. Poi basta. Ovviamente consiglio le stesse decisioni anche al mio paese.

Abbiamo un'altra soluzione, che potrebbe essere sia la migliore sia la peggiore. Oggi, per esempio, per evitare la bancarotta delle nazioni europee, viene utilizzata la Banca

Centrale, che finanzia le nostre economie. Abbiamo fatto un errore terribile, quello di aumentare il livello di liquidità, mentre il vero problema è la solvibilità: prima o poi, bisogna pagare i conti e allora occorre solvibilità. Potrebbe esserci un'altra soluzione, sempre a livello europeo. Dovremmo renderci conto che l'Europa, come entità statale, non ha debito, diversamente dagli Stati Uniti, che hanno debiti sia a livello statale sia a livello federale, come il Giappone o qualsiasi altra nazione. Noi europei, in effetti, abbiamo un debito a livello dei singoli stati, ma

non a livello dell'Unione. Questo è il motivo per il quale potrebbe essere abbastanza facile creare gli eurobond. Grazie a queste obbligazioni, infatti, possiamo attivare un nuovo livello di prestito su scala europea. Potrebbe essere la soluzione peggiore, perché aumenterà la possibilità di fare altri errori, come entrare in un nuovo debito e rinviare ancora una volta i problemi. Ma, al tempo stesso, potrebbe essere la soluzione migliore, proprio perché, se sfruttiamo questa possibilità di nuovo debito, possiamo utilizzare queste somme per aumentare l'innovazione e per fare più investimenti. E, inoltre, potremmo avere un certo controllo da parte delle entità europee o almeno nell'area euro, per limita-

re il deficit di ogni singola nazione europea. Infatti, se l'Europa chiede denaro in prestito, bisogna limitare la capacità di ogni singola nazione di chiedere a sua volta prestiti, per evitare un'esplosione. Questo comporta avviare la creazione di un sistema federale europeo.

Ricordiamoci quello che è successo nel 1790 negli Stati Uniti, quando in meno di una notte e durante una cena, tre persone, Thomas Jefferson, Alexander Hamilton e James Madison, hanno deciso di creare uno stato, una sua città capitale, un bilancio statale, un esercito e anche i buoni del tesoro di questo stato. Era il 26 luglio 1790. Il problema è che non abbiamo questi tre signori in Europa quest'anno.

Centro Audioprotesico

AUDIOLOGIKA

**Non farti isolare dai
problemi di udito.**

Basta così poco
per ritrovare
i piaceri
della vita.



**Ti aspettiamo in P.ZZA ROOSEVELT, 4D/E
nel nuovo centro audioprotesico
AUDIOLOGIKA**

Tel. 051-264155 - www.audiologika.it

Dott. Arianna Alberti
Audioprotesista
responsabile del Centro



AUDIOLOGIKA

Lo staff di Audiologika ha l'esperienza e la professionalità per aiutarti subito e nel migliore dei modi, utilizzando le tecnologie più avanzate.



DALE MORTENSEN

docente alla Northwestern University di Chicago, Premio Nobel 2010 per l'economia

MAGGIORI INVESTIMENTI, PIÙ POSTI DI LAVORO

In che modo la crisi internazionale incide sull'occupazione?

Se analizziamo i segnali del mercato del lavoro, nel breve termine notiamo molto rumore di fondo, che non ci permette di stilare una proiezione semplice, ma, per quanto riguarda la creazione di nuovi posti di lavoro, i dati sono sconfortanti. Negli Stati Uniti, dopo alcuni mesi di crescita, pari a duecentocinquanta posti nuovi al mese, nell'ultimo mese ci sono state solo cinquantamila assunzioni. Per avere un termine di misura, in condizioni di mercato normali, contiamo trecentomila nuovi posti al mese. Ma oggi la domanda dei consumatori è molto debole e le grandi imprese internazionali non reinvestono, probabilmente perché sono preoccupate della politica governativa, ma soprattutto perché sono convinte che nel prossimo futuro i consumatori non saranno pronti a spendere in modo sostenuto. Occorre ricordare che non è vero che le grandi aziende non hanno utili: in questo periodo generano profitti e hanno anche meno spese, perché beneficiano di un costo del lavoro inferiore ma, non avendo fiducia nel futuro, non rilanciano. Se il futuro migliorerà, gli USA sapranno uscire da questa impasse molto velocemente, creando da quattromila a un milione di nuovi posti di lavoro in un mese.

Il venir meno del posto fisso può comportare anche effetti interessanti, per esempio può costringere ad avviare

nuove imprese?

Storicamente, durante le recessioni, nascono più imprese del normale, anche come reazione alla situazione difficile del mercato del lavoro, perché una delle possibilità che hanno coloro che perdono il posto è mettersi in proprio. L'altra faccia della medaglia è che molte di queste nuove imprese non riusciranno nei loro intenti e falliranno, quindi non possiamo aspettarci che queste nuove realtà migliorino la situazione economica generale. Oggi abbiamo bisogno di investimenti solidi e sostenuti nel lungo termine, com'è avvenuto negli anni scorsi nel settore immobiliare. Come in ogni corsa agli investimenti, c'è la tendenza negativa a perdere il controllo, ma l'effetto immediato è quello di mantenere sostenuta la domanda: un investimento considerevole in nuove attività produttive comporta maggiori investimenti anche in attrezzature informatiche, immobili, sedi, abitazioni per i dipendenti e così via. Il mercato dei beni di produzione trascina tutto il resto.

Oltre alla disoccupazione, c'è anche un problema di qualificazione del lavoro?

Vorrei fare una distinzione tra il lungo e il breve termine. Se consideriamo il lungo termine, prima della recessione, in tutte le economie occidentali, ci sono state almeno un paio di grandi rivoluzioni.

Nel nostro caso, per un verso, abbiamo avuto la rivoluzione infor-

matica, che ha avvantaggiato nel mercato del lavoro le persone con maggiori competenze e con una maggiore formazione professionale, e così ha alzato il livello generale della domanda; per l'altro, la globalizzazione ha prodotto un mercato planetario dei beni, e ancora una volta sono state favorite le persone con migliori competenze ed esperienze formative. Sul lungo termine ci aspettiamo un equilibrio tra domanda e offerta di lavoro, su cui occorre puntare per accelerare la ripresa del mercato del lavoro. Infatti, sia negli Stati Uniti sia in Italia, le aziende dovrebbero investire di più in training e in formazione, per cercare di colmare questo divario tra una domanda sempre più sofisticata e un'offerta sempre più specializzata. Se l'impresa non investe in formazione per effetto della recessione, proprio questo progresso del mercato del lavoro tende a rallentare ancor di più.

Qual è la specificità della situazione italiana?

Il mercato del lavoro in Italia è caratterizzato da un tasso di disoccupazione non molto alto, ma la mancanza di lavoro coinvolge persone che restano fuori dal mercato per molto tempo, e la maggior parte dei disoccupati è costituita da giovani. Una politica utile per contrastare questo dato è l'adozione di contratti brevi, a progetto, ma nell'ambiente accademico sembra diffuso il parere che la soluzione adottata non sia sufficiente. Anche se i contratti a breve termine sono vantaggiosi per le donne di età matura, perché offrono loro l'opportunità di entrare nel mondo del lavoro, i giovani non hanno tratto grandi benefici da questa nuova disciplina contrattuale. Per questa situazione del mercato del lavoro occorre fare di più.

Il testo di Dale Mortensen è tratto dalla conferenza stampa in occasione del suo intervento al Centro di formazione manageriale e gestione d'impresa della Camera di Commercio di Bologna (24 giugno 2011, Camera di Commercio, Bologna)

LA CITTÀ DEL SECONDO RINASCIMENTO

Per una lettura di qualità approda al nostro sito

www.lacittaonline.com

LA BANCA E IL VALORE DELLE IMPRESE

La vicinanza al territorio, per una banca come la Cassa di Risparmio di Cento, nata nel 1859, si esprime anche nella capacità di analizzare, spesso in anticipo rispetto ad altri, le trasformazioni che investono gli scenari economici e finanziari locali e internazionali, grazie alla comunicazione attenta con le imprese clienti. Allora, chi meglio di voi può indicare quali sono i valori delle imprese del Ducato Estense, che vanno al di là del business, quei valori che restano e consentono loro di redigere la propria Carta intellettuale?



Ivan Damiano

Certamente, esistono imprese che, oltre a perseguire il profitto, sono permeate nell'aspetto qualitativo da un sistema di valori diffusi nel territorio, che comprende l'approccio verso il personale dipendente, una diversa sensibilità nei confronti dello sviluppo del territorio di origine, rispetto ad altri più attraenti e convenienti tout court, ma anche la sensibilità verso iniziative locali che sono appoggiate e sponsorizzate in quanto frutto dell'associazionismo privato, piuttosto che dell'intervento pubblico. Ma potremmo inoltrarci

in vere e proprie valutazioni macroeconomiche sul fatto che i distretti, piuttosto che le aree di forte specializzazione, si fondano su sistemi valoriali non di tipo manifatturiero, ma di carattere etico sociale. Nel solo distretto del centese, sono nate la Lamborghini Auto, la Lamborghini Motori e la VM Motori e, nel raggio di trenta chilometri, la Moto Ducati, la Moto Morini, la Moto Minarelli, la Maserati e la Ferrari. Una tale concentrazione è dovuta alla presenza del settore della meccanica o al fatto che c'è un sistema di valori superiore che ha influenzato anche lo sviluppo della meccanica? E sarebbe interessante capire anche se questo sistema di valori abbia influenzato la dimensione relativa delle imprese, che spesso sono rimaste più piccole, ma non per questo meno agguerrite, rispetto alle grandi. Evidentemente, le piccole e medie dimensioni consentono di conservare logiche e attenzioni impensabili in quelle più elevate.

Nel numero precedente del nostro giornale, lei riportava gli echi di conversazioni con i vostri clienti, che devono far fronte alla forte discontinuità fra quello che succedeva fino a qualche anno fa e quello che sta succedendo e succederà sempre più in futuro: "Il mondo A è finito, io devo mettere la mia impresa in grado di stare sul mercato nei prossimi vent'anni nel mondo B", diceva un cliente. In quali settori operano principalmente le aziende che hanno queste esigenze perché, per esempio, non si limitano più a lavorare per conto terzi, ma incominciano a lanciare prodotti a marchio proprio, per incominciare a costruire il loro "mondo B"?

Sicuramente tutto il settore della meccanica, dalle macchine utensili al packaging e alle varie ramificazioni che attengono alla meccanica di

base e s'intrecciano con l'elettronica, come la domotica e la mecatronica. Le imprese che costruiscono macchine o parti di macchine oggi stanno andando forte. L'Italia in questo settore è, a pari livello con la Germania, fra le prime non solo in Europa, ma nel mondo. Questo è il motivo per cui sono ottimista. Penso che, prima o poi, trainata dalle persone giuste, l'Italia riemergerà.

È molto importante che ci sia la percezione dell'avvenire, perché questo incoraggia le imprese che puntano al valore assoluto, a ciò che resta, e non possono essere spazzate via da un colpo di vento, mantengono la rotta e riescono a combattere anche nella tempesta. Una banca come la vostra, vocata al territorio nel senso più vero del termine, è in grado di dare un apporto a queste aziende. Ma lei ritiene che dovrebbero farlo anche altre banche in Italia?

Gli attuali problemi delle banche in Italia non si sono prodotti internamente, li abbiamo filtrati prima dagli Stati Uniti e poi dall'Europa. Il sistema bancario italiano negli ultimi anni ha prodotto alcuni campioni internazionali, di cui c'era bisogno – perché altrimenti le nostre imprese non sarebbero cresciute –, e ha una pletera di banche nazionali e regionali, tra cui la Cassa di Risparmio di Cento. A differenza di quanto accade in tutti i paesi europei e anglosassoni, le imprese italiane sono completamente dipendenti dal sistema bancario. Quindi è inevitabile che, se le banche importano problematiche dai mercati finanziari, si trasmettono inevitabilmente al mondo delle imprese, troppo dipendenti dal sistema bancario. Alcuni numeri ufficiali lo dimostrano: se ogni 100 euro che entrano come provvista le banche italiane ne destinano alle imprese 60-70, le banche europee soltanto 30. Dunque, le banche europee fanno soprattutto finanza in senso stretto, mentre le italiane finanziano le imprese e, se ci sono problemi nel sistema finanziario, anche il mondo delle imprese è molto più toccato di quanto non lo sia all'estero. Eppure, nonostante la crisi, in questi anni il credito bancario alle imprese italiane è cresciuto circa del 4-5 per cento, mentre in Europa dello 0 per cento. Quindi, non possiamo dire che le imprese italiane oggi soffrano di scarsità di

credito se confrontate con le imprese europee. Anche se il paragone è molto difficile perché il sistema delle piccole e medie imprese all'estero è pressoché sconosciuto. È un sistema che ha funzionato per cinquant'anni, ma non è detto che possa funzionare per i prossimi cinquanta. Una delle grandi sfide per il futuro del nostro paese è quella d'individuare un nuovo sistema industriale e produttivo che possa reintegrare le parti che lo compongono: dal sistema del welfare a quello finanziario e dei mercati borsistici, fino a un inevitabile mutamento del sistema imprenditoriale.

Quindi ritiene auspicabile un aumento delle reti d'impresa?

Questo sarebbe il primo passo rispetto alle cose da fare, ma è inevitabile che la dimensione delle aziende aumenti in misura considerevole e costante nei prossimi anni. Una piccola azienda, può fare innovazione e ricerca soltanto collaborando con un'azienda più grande, magari con un contratto di rete, ma deve darsi gli stessi parametri e standard, non può mantenere i propri.

Per quanto riguarda invece la situazione finanziaria del nostro paese, oggi c'è chi pensa che gli spread non siano reali, ma frutto di interessi legati a gruppi di pressione o di potere, oppure che occorra sottoscrivere i Titoli di Stato per dare una mano all'Italia. Purtroppo, dobbiamo prendere atto che gli spread sono effettivi e che, dirottando i fondi sui Titoli di Stato, i cittadini privano le banche di quella materia prima con cui esse finanziano le imprese e possono concedere mutui ipotecari a privati, che oggi stanno registrando un crollo del 30 per cento.

CARLO ALBERTO RONCARATI

presidente della Cassa di Risparmio di Cento e della Camera di Commercio di Ferrara

LA CARTA DELLA QUALITÀ

In che modo le aziende del Ducato Estense possono giocare la loro carta intellettuale, avvalendosi del patrimonio artistico e culturale di un territorio che è stato culla del rinascimento?

Sicuramente Ferrara, come molte altre città e come l'intero paese, è straordinaria: ovunque si vedono tracce e testimonianze, non solo monumentali, di una cultura millenaria, un valore che abbiamo ereditato e di cui siamo orgogliosi. Ma questo patrimonio culturale viene ancora curato da noi o l'abbiamo un po' trascurato? Negli ultimi tempi, ci siamo lasciati distrarre dai ritmi frenetici della vita moderna che ci hanno indotto a guardare altrove, magari in cerca di nuovi mercati in un mondo che cambia troppo in fretta. Nonostante constatiamo che alcune imprese non hanno perso di vista questo patrimonio e lo utilizzano per promuoversi in altri paesi, non sempre riescono a valorizzarlo come meriterebbe, se è vero che nel mondo globale bisogna distinguersi:

la società globale dev'essere molto segmentata, ma, in un pur piccolo segmento, bisogna essere ben riconoscibili. Solo così possiamo dire



Carlo Alberto Roncarati

che lo spazio non manca per nessuno, non è vero che anneghiamo in una nebbia dove tutti sono uguali, anzi, a maggior ragione, le differenze si esaltano. Ecco perché spero che gli imprenditori ferraresi colgano questa chance e incomincino ad affermare non solo di discendere da una terra benedetta, ricca di storia, di imprese, di grandi personaggi, ma di essere tuttora e in modo nuovo parte di quella storia perché producono in linea con la loro tradizione.

Allora la carta intellettuale delle imprese del Ducato Estense dovrebbe scriversi in modo più deciso?

Certo, accanto alle imprese che già la stanno scrivendo c'è tutto un mondo di piccole imprese – ma questa è l'Italia, su sei milioni di imprese, solo il 3 per cento è rappresentato da grandi – che costituiscono un





IL VALORE DELL'IMPRESA... DA MODENA PER L'EUROPA

LA GESTIONE DEL BILANCIO D'IMPRESA

Il concetto di bilancio si è notevolmente evoluto negli ultimi tempi: la globalizzazione dell'economia e la disciplina del controllo contabile hanno contribuito a trasferire sul bilancio una vastità di significati senza precedenti. Il bilancio è un documento di grande rilievo per l'informazione ai terzi e, come tale, deve essere redatto garantendo la massima trasparenza della società e delle sue operazioni.

La PRM è una società di revisione, iscritta al Registro dei Revisori Contabili presso il Ministero della Giustizia, nata dall'iniziativa di alcuni professionisti modenesi al fine di garantire la prestazione di servizi specifici in tema di organizzazione e controllo contabile, caratterizzati dalla collaborazione con personale professionale particolarmente qualificato e attento alle specialità del tessuto economico aziendale che contraddistingue l'Emilia Romagna.

La PRM offre supporto agli Studi Professionali in occasione di operazioni straordinarie, due diligence e verifiche contabili; nel periodo di predisposizione del bilancio, si confronta su particolari aspetti o novità legislative per studiare, nel rispetto dei ruoli, soluzioni adeguate.



PRM Società di Revisione S.r.l.

Via Ganaceto, 126 - 41121 Modena

tel 059 212895 - fax 059 238420

www.prmrevisori.it - segreteria@prmrevisori.it

potenziale inesplorato, che può dare grandi risultati se si unisce il genio creativo al nuovo modello di rete, dove anche il piccolo imprenditore può divenire coprotagonista all'interno di un disegno più grande, in cui ciascuno ha il proprio ruolo riconosciuto a pari dignità, assolutamente differente dai vecchi modelli della subfornitura dove c'era un'impresa leader e tutti gli altri facevano le comparse.

Anche al proprio interno, ciascuna azienda dovrebbe essere organizzata secondo il modello della rete, per cui ciascun comparto dovrebbe essere come una bottega con le sue maestranze...

Abbiamo perseguito per decenni la catena di montaggio, l'economia di scala, il basso costo di produzione, e questo ha posto l'Italia in una posizione sfavorevole, come tutti i paesi evoluti. Allora, attestiamoci sulla qualità, sul modello unico, sullo stile italiano in tutti i settori, non solo nella moda e nell'alimentare: è una caratterizzazione forte, che può resistere e trovare una valorizzazione anche in un mercato competitivo.

Le maestranze sono essenziali e purtroppo stanno scomparendo. Non è un caso che la Louis Vuitton abbia puntato su Ferrara per aprire una fabbrica di scarpe con l'esclusivo marchio Berluti, chiamando a raccolta gli operai di un ex calzaturificio: non è andata in

Cina, ma dove c'erano una tradizione, una cultura e maestranze all'altezza. Ma c'è da dire che in Emilia Romagna le imprese hanno delocalizzato poco, quando c'è stata la grande apertura dei mercati, e molte sono rientrate, pur di non abbassare il livello dei prodotti; nonostante i costi che abbiamo in Italia, non hanno voluto abbandonare il valore della qualità. Questo m'incoraggia a pensare che, se diventeremo più virtuosi, sprecando di meno, e se riusciremo a eliminare tutte le norme

rigide che abbiamo costruito, nel processo di modernizzazione del paese potremo confidare negli elementi di valore che abbiamo nelle persone, nelle imprese, che possono farci vivere un nuovo rinascimento, che poggia proprio sul saper fare, sul genio, sulla creatività, in breve, sul capitale intellettuale.

La Fondazione Cassa di Risparmio di Cento ha dato un apporto essenziale alla valorizzazione del patrimonio artistico e culturale del centese, con le sue pubblicazioni, non solo intorno all'opera del suo artista più noto, il Guercino, ma andando alla scoperta di tutte le testimonianze materiali di civiltà, confermando così la propria vicinanza al terri-



Alfonso Frasnedi, *Come un paesaggio 3*, acrilico su tela

torio, soprattutto se consideriamo che proprio intorno a tali testimonianze si organizzano occasioni d'incontro e di parola, proprio come avveniva nelle corti del rinascimento, dove la combinazione fra arte, cultura, scienza, economia e finanza era costante...

Vedo nel duca o nel signore dell'epoca un imprenditore illuminato: gestiva il ducato, i suoi possedimenti, faceva politica amministrativa, politica di relazioni e in più sapeva trovare gli ingegni. Il mecenatismo è stato l'espressione della lungimiranza

che avevano i potenti, i quali non badavano soltanto al denaro e ad accrescere i propri territori, ma volevano qualificare il ducato, la propria corte, attraverso personaggi in grado di portare lustro: da qui la ricerca degli artisti, dei letterati, e la reputazione del signore cresceva anche in base al numero di ingegni di cui sapeva circondarsi. Sapevano bene che la ricchezza procede dallo scambio.

Allora, per restare nel solco del rinascimento, insieme all'allora rettore dell'Università, Patrizio Bianchi, abbiamo colto la sfida di aprire le porte di quella che era una specie di cittadella fortificata, abbastanza autoreferenziale, i cui congressi erano frequentati solo dagli studiosi. Come presidente della Camera di Commercio, ho raccolto l'esigenza di qualità intellettuale che proveniva dal mondo delle imprese e insieme abbiamo organizzato tanti incontri per portare gli studenti e neolaureati nelle imprese, perché la loro curiosità e voglia di emergere potesse portare beneficio alle imprese. Da questi incontri, da queste occasioni di parola e di scambio, con nostra grande soddisfazione, è nata l'Associazione per l'innovazione, che presiedo e che ha sede nella Camera di Commercio. L'Associazione, di cui fanno parte tutte le associazioni di categoria, individua i bisogni

più importanti delle imprese e li segnala all'Università, senza la pretesa che essa vi si adegui nei propri programmi. La comunicazione con l'Università e i finanziamenti che gli imprenditori erogano attraverso la Camera al raggiungimento dei risultati attesi hanno favorito un intreccio che oggi è ancora una novità, ma che sta già dando i suoi frutti.

Allora, il genio italiano vince sempre, spread o non spread, nessuno può togliercelo, ma noi dobbiamo valorizzarlo maggiormente.

Allora, il genio italiano vince sempre, spread o non spread, nessuno può togliercelo, ma noi dobbiamo valorizzarlo maggiormente.



mz
michela zucchini
P H O T O G R A P H E R

Bologna, Via dell'Isonzo 7
Cell. 347.7897504 - Tel. 051.5877888
www.michelazucchini.it
info@michelazucchini.it

AUTOMAZIONE E FORMAZIONE

"50 years of passion" è lo slogan che quest'anno ha accompagnato le celebrazioni del cinquantenario dalla fondazione della storica industria di Ozzano dell'Emilia, che attualmente opera in settanta paesi nel mondo. Fondata nel 1961, IMA Spa, Industria Macchine Automatiche, è leader mondiale nella progettazione e produzione di macchine automatiche per il processo e il confezionamento di prodotti farmaceutici e di tè in sacchetti filtro. Lo scorso ottobre ha aperto le porte delle sette filiali fra l'Emilia Romagna e la Toscana per accogliere quattromila collaboratori con le loro famiglie, autorità e concittadini in una festa che rilancia il valore dell'industria che, oltre alla ricchezza economica, costruisce nella città valori che sono anche culturali...

Un'azienda come la nostra, che ha bisogno del contributo intellettuale del singolo per analizzare ciascuna volta in modo nuovo le diverse esigenze dei nostri clienti, deve assolutamente valorizzare l'individuo, pertanto, abbiamo deciso che il nostro cinquantennale avrebbe celebrato i collaboratori. Ho telefonato personalmente a ciascun ex dipendente chiedendogli di partecipare, come faccio con le autorità istituzionali, ed è stato sorprendente quando alcuni hanno risposto all'invito pensando che fosse uno scherzo. Durante l'inaugurazione della nuova facciata del vecchio stabilimento di Ozzano, alla presenza del presidente onorario Marco Vacchi e di altre autorità, i primi due collaboratori assunti in azienda hanno tenuto un discorso in un contesto di unità e partecipazione. In tale occasione il presidente, Alberto Vacchi, ha ricordato il forte radicamento dell'azienda nel territorio, benché abbia sedi in tutto il mondo.

Quali sono le acquisizioni lungo la sua trentennale esperienza all'interno dell'Ima?

Non è facile raccontare questo. Mi sono accorto di una circostanza

forse ovvia per qualcuno, ma difficile da percepire. Ciascuno assume una seconda identità riconoscendosi nel proprio lavoro, è importante quindi dargli anche l'opportunità d'imparare cose nuove. Solitamente, l'azienda non è il posto ideale per esprimere la propria personalità perché vige quella regola secondo cui non viene chiesto di pensare, ma di eseguire. L'impresa che riesce a dare stimoli al lavoratore, consentendogli di acquisire nuove informazioni e di esprimere le proprie attitudini, si svilupperà e ci sarà anche domani. L'impresa che invece si chiude in norme rigide, pensando



Daniele Vacchi

che i collaboratori abbiamo come obiettivo di lavorare il meno possibile o di sfruttarla per i propri scopi, non crescerà e non si svilupperà. Occorre dare fiducia alle persone che lavorano con noi.

L'attuale congiuntura economica pone l'esigenza di fare proposte che mettano in gioco nuovi valori. Tuttavia, è latente il rischio delle istituzioni nazionali e delle parti sociali di uniformare questi valori...

È sempre molto complicato fare interventi che rappresentino imprese e lavoratori.

Questo può avere una funzione in certi contesti, in cui si consolida intorno all'impresa l'idea che essa sia un valore in sé. Non si sono mai viste, però, due imprese uguali. L'impresa è la conseguenza del proprio passato e del proprio mercato. Non è possibile sancire che cos'è l'impresa ideale in assoluto. Se opero nella Ima, ho la fortuna di poter dire che valorizzo i singoli perché il mio mercato ha bisogno di questo. Generalizzando, si rischia di lanciare mode come quella della cultura d'impresa. Negli anni ottanta era di moda la qualità, mentre attualmente la responsabilità sociale, ma servono nella fase della maturazione del sistema complessivo d'impresa per stabilire parametri minimi. Tuttavia, non bisogna prendere troppo sul serio questi criteri perché, se operassi in un'azienda che è in difficoltà, non potrei investire nella qualità oltre a quella indispensabile, né nella responsabilità sociale perché il mio lavoro subirebbe la concorrenza dei mercati asiatici.

Il progetto della "Città del secondo rinascimento" è nato dalla constatazione che ciascuna impresa ha la chance di andare in direzione della cifra lungo la sua particolarità. Pertanto, constatiamo che la cultura ha effetti anche sul modo di produrre di ciascuna azienda. Può fare qualche esempio in merito?

Costruire automazione industriale comporta di considerare diversi fattori, da quello geografico a quello climatico, a quello quantitativo e culturale dei prodotti che si confezioneranno, ad esempio le lampadine in Cina o il burro in Messico. Ciascuna macchina risulta quindi differente perché risponde alle esigenze più varie e mette in gioco l'intelligenza di ciascuno.

Non si può pensare che le cose si facciano in modo automaticistico. Il lavoratore dà un apporto intellettuale sia nella fase della progettazione delle componenti speciali, che in quella della messa a punto sul prodotto originale del cliente, quando si trova ad esempio in India o in Australia. Questo esercizio amplia gli orizzonti delle persone ed è la fortuna di chi lavora nel settore dell'automazione industriale.



PORTE AUTOMATICHE • INFISSI METALLICI

**PONZI INGRESSI ED INFISSI
ECOSOSTENIBILI AD ALTO
RISPARMIO ENERGETICO E
CONSUMI RIDOTTI**

con il contributo fiscale del 55%

BAGNARA di ROMAGNA • RA ☎ 0545 76009 • www.ponzi-in.it

L'INNOVAZIONE PROCEDE DALL'APERTURA

Ponzi Infissi, da sempre attenta alla promozione di nuove idee, lungo gli oltre cinquant'anni di attività nel settore della serramentistica e degli ingressi automatici, come si orienta in un mercato di grandi trasformazioni a livello mondiale?

Attualmente, i leitmotiv sono la sostenibilità e la riqualificazione degli edifici esistenti, l'ampliamento dell'area di esportazione e l'individuazione dei target di clientela con una richiesta specifica che il mercato non riesce a soddisfare. Il tema della riqualificazione degli edifici è connesso all'intervento nell'ambito energetico. In questo senso, occorre valutare con attenzione le nuove strategie dell'azienda, per offrire un più efficace bilanciamento dei consumi. Altre economie avanzano a gran velocità e nei prossimi dieci anni avremo sempre meno risorse energetiche con conseguenti difficoltà di approvvigionamento. È noto che i prezzi del petrolio sono aumentati esponenzialmente, mentre la sua quantità è diminuita. Pertanto, l'azienda che vuole competere deve guardare ai mercati internazionali e confrontarsi con i paesi emergenti come l'Asia e l'America Latina. In Italia sarà determinante la politica economica che faremo. Ci sarà una grande selezione delle aziende, per cui chi non fa innovazione e non si rinnova, ampliando i settori d'intervento, difficilmente potrà affrontare i nuovi assetti del mercato globale.

L'innovazione è anche qualificare quello che è stato inventato...

Occorre innovare rinnovando. Innovare vuol dire individuare le esigenze del mercato producendo idee e facendo analisi attente al nostro settore. Non si tratta di abbandonare la tradizione, ma di farne una lettura nuova tenendo conto degli scenari futuri. La strategia economica è certamente connessa alla direzione che dà la politica. In questo momento la difficoltà è proprio quella di prevedere i nuovi assetti politici. La situazione italiana

è molto difficile. Noi, ad esempio, abbiamo tratto vantaggio dalla politica degli incentivi per il recupero energetico, anche se l'ambito edile è fermo. In Italia l'impresa è frenata, attendiamo, infatti, di capire il nuovo ruolo del sistema politico e di quello bancario. L'impresa fa ciò che occorre, quindi non è ferma ad aspettare, per questo è propositiva e ha interesse a capire in quale nuovo contesto può operare. Se l'incentivo energetico viene premiato, l'azienda deve produrre prodotti che vanno in



Andrea Ponzi

quella direzione. Se questo viene a mancare, allora si deve pensare a nuove strategie. Attualmente, c'è la richiesta di ristrutturare, ad esempio ci sono immobili di istituti bancari che vanno rinnovati, così come nel settore alberghiero e in quello ospedaliero. È importante perciò valutare tutto quello che in questo momento il mercato può offrire. Ma anche le banche devono intervenire in maniera diversa, valutando le giuste iniziative d'investimento. Occorre un nuovo ruolo anche del sistema bancario.

Qual è la carta vincente che può giocare oggi l'impresa?

L'azienda che vuole innovare non può ignorare da dove viene, deve sapere qual è la sua storia, considerando le sue risorse e i valori. Se ha prodotto qualità deve proseguire in

questa direzione così come, se ha una storia di innovazione, deve incentivarla. Questi sono i valori di base che hanno costruito la nostra azienda e che devono essere un punto di partenza, ma è importante confrontarsi con le esigenze del mercato. Sono entrambe dinamiche simultanee. Finché le cose a livello globale non saranno definite, saremo in un periodo di incertezza, ma la nostra azienda è cresciuta nella logica della flessibilità. L'incertezza, quindi, potrebbe essere un'occasione per inventare nuove combinazioni perché l'impresa si cimenta con questioni pragmatiche ciascun giorno. Penso che non sia interessante lamentarsi dell'incertezza, in quanto mette in gioco la capacità di reagire. Del resto, la caratteristica della nostra impresa è sapersi muovere in direzioni diverse in tempi brevi. È questo che la rende più flessibile e dinamica per l'innovazione. Innovare non vuol dire non guardare a quello che abbiamo fatto, ma avere il coraggio e la determinazione di pensare in un modo diverso da come si è fatto finora. Soprattutto nell'impresa occorre questa apertura, perché, se finora si è prodotto in un modo, adesso bisogna trovarne un altro. È la cosa più difficile da fare.

Può fare qualche esempio?

Il mercato è ampio, per cui è importante sapersi collocare valorizzando l'apporto di nuove idee. Anche per questo sono uno dei pochi imprenditori che non cerca collaboratori con esperienze lavorative, che possono alimentare pregiudizi.

È essenziale collaborare con persone che diano un apporto intellettuale con nuovi modi di leggere le cose. Non cerco manager, ma persone che abbiano voglia di fare e che credano nel progetto. Nella maggioranza dei casi la pianificazione parte da un ideale di mercato dove operare, ma il mercato è in costante divenire, pensiamo solo al cambio e a come è fluttuante il valore dell'euro. La risorsa principale è quindi il cervello dell'impresa, ossia la direzione verso la qualità. Dunque, non è possibile pianificare perché non ci sono certezze, soprattutto in un momento come quello attuale. Per questo occorre che l'impresa proceda dall'apertura senza pregiudizi.



Addio conservanti. Benvenuta purezza.

C.O.C. Health & Beauty cura la produzione e il confezionamento di cosmetici e dispositivi medici. I nostri sistemi produttivi ci consentono di eliminare l'uso dei conservanti nella lavorazione di diversi prodotti, in qualsiasi contenitore monodose o multidose. C.O.C. Health & Beauty è il partner ideale per le aziende che vogliono offrire ai propri clienti un prodotto industriale di alta qualità, sempre più efficace e naturale.



Limitatamente alle attività di produzione
e confezionamento conto terzi di dispositivi medici
*Limited to manufacturing and packaging
of medical devices for third parties*

www.lameplastgroup.com

COC®
HEALTH&BEAUTY

GIOVANNI FERRARI

presidente di Lameplast Group

LE CARTE CHE L'ITALIA PUÒ CONTINUARE A GIOCARE

Con questo numero del giornale, incominciamo a scrivere la carta intellettuale dell'impresa, grazie alla testimonianza di imprenditori che, come lei, hanno continuato a investire nella ricerca, nella formazione e nell'innovazione, senza mai lasciarsi scoraggiare dalle congiunture sfavorevoli o dall'assenza di sostegni da parte delle istituzioni...

Tra il 2007 e il 2009, abbiamo superato i quattro milioni di euro di investimenti. Inoltre, a fine gennaio inizieremo a produrre nel nuovo stabilimento per la divisione farmaceutica, a Rovereto di Novi, che abbiamo realizzato in dieci mesi e rappresenta la prima parte di un investimento totale di trenta milioni di euro. Ma non mi stancherò mai di ripetere che la nostra carta intellettuale si scrive con l'intelligenza delle persone che qualificano il Gruppo grazie alla loro capacità, competenza e spirito costruttivo, non solo singolarmente, ma anche in quanto parte di un team che funziona in modo meraviglioso.

Lo staff si è costituito negli anni seguendo un programma costante, che non si è mai arreso dinanzi agli impedimenti intervenuti lungo il viaggio...

Certo, e per questo occorre fare crescere le persone ciascun giorno, in modo che affrontino sempre nuove sfide e offrendo loro l'opportunità di aggiornarsi, attraverso la formazione e l'informazione, di confrontarsi fra loro e con l'imprenditore: da qui nasce il cervello dell'impresa che può scrivere la carta intellettuale. Con un'organizzazione di questo tipo, si ottengono grandi risultati nell'innovazione di prodotto e di processo. Chi cerca la scorciatoia deve sapere che la via facile, come diceva Machiavelli, è la rovina.

Occorre attraversare la difficoltà per trovare la semplicità. Coloro che in questi anni hanno cavalcato l'onda del benessere a tutti i costi ora si trovano senza carte in mano, perché la prima cosa che viene loro in mente dinanzi alle difficoltà è quella di cambiare, di scappare dall'Italia...

L'Italia ha ancora tante carte da

giocare, tanti imprenditori con capacità intellettuali e organizzative straordinarie, che però non devono limitare i loro sforzi alla ricerca del lucro, altrimenti sono costretti a cambiare paese ogni cinque anni, a seconda del vento che soffia. Le imprese che hanno puntato sul made in Italy sono riconosciute in tutto il mondo e, nonostante la grande diffusione delle imitazioni in tutti i settori, nessuno potrà mai copiare il nostro patrimonio culturale e artistico, che si respira anche nei prodotti apparentemente più lontani dall'arte.

Tant'è che il vostro Gruppo ha vinto diversi Oscar mondiali dell'Imballaggio per l'eleganza che contraddistingue i vostri contenitori monodose.

Lei è appena tornato dal Cosmoprof di Hong Kong. Quali sono le impressioni e le considerazioni?

È vero che sono andato in una delle città più internazionali della Cina, ma sono rimasto molto meravigliato: l'organizzazione, il rispetto delle regole, l'ordine e la pulizia nelle strade, la considerazione per lo straniero, che viene sempre indirizzato e orientato, nonostante le difficoltà linguistiche. E poi è veramente impressionante la velocità con cui gli industriali si mobilitano quando capiscono che c'è una novità.

Con oltre trent'anni di brevetti registrati in vari paesi, il Gruppo Lameplast ne ha di novità da offrire...

Infatti, abbiamo in prospettiva dalle trenta alle quaranta trattative che si sono avviate nei giorni della fiera. E con quale sollecitudine questi futuri clienti ci hanno chiamato per avere i listini: la fiera si è conclusa il venerdì sera, il martedì mattina si sono già fatti sentire. Anche nel dare risposte, ho riscontrato una grande puntualità e precisione. In Cina si trovano le stesse condizioni in cui vivevamo noi nel dopoguerra, quando avevamo bisogno di tutto, dovevamo sostenere la crescita e migliorare assolutamente il tenore di vita. Quello che si pensava fosse il pericolo giallo sta diventando sem-



Giovanni Ferrari

pre più un'opportunità. Noi abbiamo cominciato ad aprirci al mercato cinese nel 2006, quando siamo stati fornitori di contenitori per vaccini. Oggi, sono veramente tante le imprese europee che stanno aprendo sedi in Cina. Alla Cosmoprof di Hong Kong abbiamo incontrato molti espositori europei che non avevano partecipato all'edizione di Bologna, come avevano sempre fatto negli anni precedenti, mentre si sono dichiarati curiosi di conoscere le novità dei paesi emergenti.

Tornando alla nostra nazione, nonostante il paragone con un'economia in così forte crescita sia inadeguato, penso che sia venuto il momento d'introdurre nuove norme e nuove regole nei rapporti fra le parti sociali, non possiamo più continuare a foraggiare chi non s'impegna nel lavoro e vive sulle spalle della comunità. Nessuno nega il valore del patrimonio intellettuale che un collaboratore rappresenta per un'azienda, ma quando non è valido e non fa nulla per diventarlo, allora l'azienda dovrebbe essere messa nelle condizioni di licenziarlo. L'impossibilità di liberarsi degli esuberanti nel privato, oltre che nel pubblico, ha come conseguenza uno spreco enorme di risorse che potrebbero essere destinate alla crescita del paese, attraverso il sostegno alle imprese meritevoli, che sono sul mercato da anni, con tutte le carte in regola, e invece sono ostacolate come se fossero covi di delinquenti, solo perché magari vogliono ampliare la propria sede o fare qualche intervento migliorativo.

LUCIANO PASSONI

ingegnere, amministratore di SIR, Modena

UNA RIVOLUZIONE NELLA ROBOTICA

In questi ultimi mesi SIR Soluzioni Industriali Robotizzate ha introdotto sul mercato dell'automazione industriale un prodotto rivoluzionario, che ha permesso il conseguimento di un risultato da anni vanamente inseguito dai vostri competitor: nel "reparto corse" della robotica, nella bottega di meccatronica modenese, è nato il sistema CubicVision, che consente ai robot di afferrare oggetti di qualunque forma, dimensione e materiale posti alla rinfusa all'interno di un qualsivoglia contenitore. Quanto incide questa invenzione nell'organizzazione e nella logistica di un'azienda?

Il sogno di SIR di costruire la "fabbrica automatica", un ambiente automatizzato che sia in grado di sollevare l'operatore dai lavori più pesanti e insalubri, ha trovato in CubicVision il suo anello mancante. Qualunque tipo di processo produttivo – dalla fonderia all'automotive, dall'elettromeccanica alla plastica e all'alimentare – si avvale di pallet e cassoni non solo per lo stoccaggio finale, ma anche per la movimentazione, durante le varie fasi di lavorazione, dei singoli componenti che andranno a costituire il prodotto finito. In una linea ad elevata automazione che si avvale di robot, questo processo comporta diverse fasi di montaggio e smontaggio manuale dei cassoni, in cui gli elementi sono posti alla rinfusa, al fine di creare pallet ordinati atti a facilitare il compito di prelievo da parte del manipolatore. Tali operazioni di preparazione di cassoni o pallet ordinati rappresentano un costo importante per l'azienda e una grande complicazione dal punto di vista logistico. Per di più, questo compito gravoso viene svolto manualmente, in ambienti pericolosi, da manodopera che potrebbe essere impiegata in operazioni più redditizie. Ecco perché un sistema robotico come CubicVision, che, grazie allo sviluppo delle tecniche 3D, garantisce il prelievo, sempre e comunque, degli elementi posti alla rinfusa in qual-

siasi contenitore – con precisioni che si aggirano sui 2 mm, range di profondità e angoli nello spazio illimitati – è la chiave di volta in grado di rivoluzionare il concetto stesso di automazione.

Potrebbe sembrare un'evoluzione delle tecniche 2D, sviluppate negli ultimi quindici anni, a cui la SIR ha dato un notevole contributo, ad esempio con il sistema VistaVision®, frutto dell'investimento costante nella ricerca e della collaborazione con l'Università di Modena e Reggio Emilia, portata avanti



Photo@Danièle Poltronieri

Luciano Passoni

da Davide Passoni, ingegnere e responsabile Ricerca e Sviluppo dell'Azienda...

Non si tratta di una semplice evoluzione, ma di una vera e propria rivoluzione. La tecnologia di visione tridimensionale si è sempre scontrata con l'impossibilità di realizzare un sistema altamente flessibile, in grado di adattarsi a qualunque scenario applicativo o a qualsiasi tipologia di oggetto. Il problema che tutti i competitor hanno incontrato in questi anni risiede infatti in una caratteristica che sembrava intrinseca al 3D stesso: a differenza della visione bidimensionale, la complessità del prelievo alla rinfusa è tale da rendere apparentemente impossibile la determinazione di un metodo

generico e riconducibile a tutti gli scenari. Ogni soluzione finora realizzata è rimasta un'applicazione a se stante e limitata a una piccola classe di oggetti. SIR ha intuito che in questa limitazione risiedeva il cuore del problema e che la vera chiave di volta avrebbe potuto essere identificata in un approccio estremamente flessibile, ottenibile con la stesura di una struttura modulare e versatile, capace di adattarsi alle molteplici problematiche ma in grado al contempo di offrire la soluzione migliore per la specifica applicazione. La forza di SIR è stata proprio questa: la capacità di credere nella realizzazione di un sistema con elevate caratteristiche general purpose, che permettono una rapida configurazione al fine di adattarsi a diverse tipologie di elemento, a differenti forme degli oggetti e dei contenitori. Ciò che era lo spauracchio di tutti gli altri competitor è in sostanza divenuto il nostro elemento di differenziazione: altri costruttori di visione, una volta intuito cosa intendevamo realizzare, ci hanno fortemente scoraggiato, sostenendo che era impossibile trovare, nel campo del 3D, una soluzione adeguata alla problematica della adattabilità.

Ma come avete ottenuto questa elevata flessibilità?

Abbiamo dato la precedenza alla possibilità di interfacciamento con hardware completamente differenti e al contempo abbiamo realizzato innumerevoli algoritmi di ricerca, mutuamente esclusivi ma nello stesso tempo complementari, selezionabili dall'operatore a seconda delle necessità. In breve, è questo il processo tecnico da cui è nata l'invenzione: non è stato un parto indolore, bensì un cammino che ha richiesto anni di lavoro, sacrifici e frustrazioni per tutti i componenti del team di ricerca, a causa delle difficoltà apparentemente insormontabili. Ma un vero imprenditore deve portare a termine a ogni costo il programma che si è inizialmente prefisso, senza cedere dinanzi alla paura che qualcosa sia più grande di lui: se un ingegnere o un manager ha la percezione, anche solo a livello di fantasia, che una soluzione sia alla sua portata, prima o poi troverà un metodo o un "veicolo" tecnologico

atto al raggiungimento del proprio traguardo. Quando gli Stati Uniti hanno creduto che entro la fine degli anni Sessanta sarebbero andati sulla Luna, avevano solo la vaga percezione che l'impresa avrebbe potuto essere fattibile, ma non sapevano come.

Eppure in neanche dieci anni hanno trovato la strada per farlo. Oggi troppo spesso c'è chi rinuncia a realizzare qualcosa di nuovo, perché è più facile limitarsi a ciò che è sempre stato fatto, rimanendo da un punto di vista tecnico nel solco della tradizione, vestendo i comodi abiti di un approccio di tipo convenzionale. Se nel mio lavoro avessi accettato le commesse in base a ciò che conoscevo o avevo realizzato almeno una volta, avrei chiuso l'azienda dopo sei mesi.

Secondo questa logica, non c'è limite al fare...

Certamente. È quello che occorre insegnare ai giovani: mai pensare che tutti gli spazi siano già occupati, c'è sempre posto per chi pensa e opera in modo differente. È chiaro che per applicare questa filosofia occorre perseguire con tenacia i propri obiettivi e non arrendersi dinanzi alle difficoltà. Pensiamo a Steve Jobs: quando ha cominciato, nel garage di casa sua, si è dovuto scontrare con colossi dell'informatica che proponevano tecnologie già consolidate. La sua scommessa è stata quella di pensare cose che nessuno aveva mai immaginato prima, prendendo spunto dalla vita quotidiana ma evitando al contempo di ragio-

nare come ragionano tutti. È un approccio che dovrebbero avere non solo gli imprenditori, ma anche i collaboratori, contribuendo con le proprie idee allo sviluppo del prodotto: la riuscita dell'azienda è infatti anche la loro riuscita. Se ognuno di noi lavorasse pensando che l'azienda sia un bene di tutti, se ognuno percepisse il paese come la casa di tutti, allora davvero si arriverebbe a costruire un sistema politico capace di agevolare lo sviluppo anziché frenarlo come accaduto negli ultimi anni, a causa di governi ingessati che non hanno potuto dare corso alle riforme strutturali necessarie per una nazione moderna.

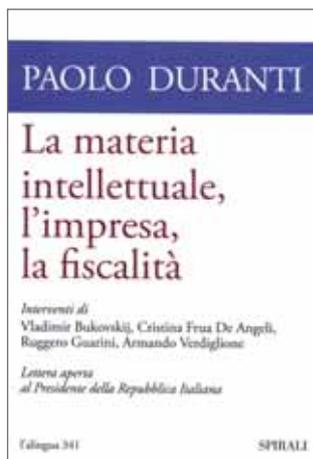
È anche vero che la stampa fa di tutto per dare del nostro paese un'immagine assolutamente lontana dalla realtà...

L'esempio di SIR, depositaria di diversi brevetti e con tremila impianti installati nel mondo, è la conferma che noi italiani non siamo secondi a nessuno. Siamo però costretti a combattere quotidianamente per contrastare questa immagine scorretta che danneggia la capacità di attrazione dei nostri prodotti e delle tante aziende che, come SIR, rappresentano il vero tessuto produttivo del paese: realtà che per decenni hanno investito in tecnologia e innovazione per offrire prodotti di eccellenza, senza il supporto di nessuno, scontrandosi anzi con una burocrazia da cui è necessario difendersi e che non fa altro che aggiungere costi su costi ai già pesanti oneri a cui occorre far fronte. Se i media fossero davvero interessati a

questa nazione, dovrebbero dedicare grande attenzione alle realtà industriali italiane che, nonostante le modeste dimensioni, lottano giorno dopo giorno per imporsi sui mercati internazionali. Basterebbe semplicemente raccontare ciò che accade. È emblematico infatti, tanto per citare un esempio, che persino i francesi, campioni di nazionalismo, preferiscano i nostri prodotti a quelli offerti dal loro mercato domestico: non perché siamo più economici (i robot SIR sono anzi fra i più cari in assoluto), ma semplicemente perché i clienti riconoscono il nostro valore aggiunto, la serietà e la puntualità nelle consegne e nel servizio post-vendita, e considerano SIR come una vera e propria "Ferrari" dell'automazione. I clienti stranieri che vengono a farci visita rimangono meravigliati dalla nostra tecnologia, dalla nostra apertura intellettuale che ci permette di spaziare in scenari applicativi completamente differenti, dal modo stesso in cui lavoriamo, tant'è che la pubblicità migliore consiste nell'invitarli in Italia e far loro toccare con mano il luogo in cui le soluzioni nascono. È giunto il momento di opporsi con fermezza allo strapotere dei media, perché le conseguenze che derivano dalla pubblicità negativa che viene fatta al nostro sistema influenzano il giudizio degli investitori a tutti i livelli. Non possiamo più continuare a farci del male, non possiamo più ammettere che la disinformazione arrivi a un punto tale da capovolgere la stessa realtà.

SPIRALI EDIZIONI

Il criterio della qualità



LA CARTA DELLA TRADIZIONE: “NATALE CON I TUOI... DA DANILO”

È raro vedere un cielo così terso a New York in questo periodo dell'anno, ma è anche vero che stamattina Mara e Gianni, mentre passeggiano al Central Park, hanno ancora lo sguardo meravigliato di due bambini che non vedono l'ora di salire sulla giostra. Erano così ieri sera mentre i loro amici americani li accompagnavano fra le strade di Manhattan, facendo loro respirare quel clima speciale, chiassoso e caloroso al tempo stesso, che si trova qui a Natale: non avevano mai visto un simile spettacolo di luci e colori, la prova che non ci sono limiti alla fantasia.

Domani sera è la Vigilia e Mara propone di fare un salto sulla Park Avenue per cercare qualche specialità italiana da regalare a Jeremy e Kate, che li ospitano già da due giorni e hanno gradito immensamente l'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena. Mentre si avviano, Gianni si fa pensieroso. “C'è qualcosa che non va?”, chiede Mara. “No, stavo solo pensando che possiamo comprare tutte le specialità che troviamo, e sicuramente le troveremo, ma come riusciremo a far gustare i piatti della tradizione di casa nostra? Sai cosa intendo, vero?”. “Certo, la cena di Natale da Danilo, l'anno scorso, inimitabile: ci vogliono mani troppo sapienti per ottenere risultati così impeccabili, che scolpiscono la loro traccia indelebile nella memoria e ti costringono a tornare lì, anche quando sei distratto da tante novità, come siamo noi qui oggi, che ci sembra di vivere in una cartolina, in un film”.

“Ho un'idea – la interrompe Gianni –, possiamo comprare tutti gli ingredienti che troviamo da Caputo, che è forn-



Da sin.: Sofia, Paola, Danilo, Luca e Cinzia



Tortellini in brodo, Carrello dei bolliti misti (accompagnati da salsa verde, salsa cotta modenese e mostarde), Filetto all'Aceto Balsamico, Cosciotto di maiale al forno con patate, Tortelli fritti, Torta al cioccolato con le noci, Crostata di amarene “brusche”.

Se pensa che Danilo ha vinto il premio per il miglior carrello dei bolliti della provincia, Mara è molto preoccupata. Chi l'avrebbe mai detto: fare Natale a New York e rimpiangere la Modena di Danilo... Quanto vale la sua carta della tradizione!

tissimo, e facciamo una sorpresa a Jeremy e Kate: prepariamo la cena seguendo il menu natalizio di Danilo”. “Penso che tu mi sopravvaluti un po', oppure hai voglia di morire di nostalgia: per quanto sia una brava cuoca, quando assaggerai i miei piatti, non riuscirai a evitare il confronto e allora potrebbe essere controproducente per i nostri amici, se capiscono la tua delusione”. Gianni però è proprio deciso ad andare avanti, insiste e la convince ad accettare la proposta, promettendole che utilizzerà la sua memoria solo per l'acquisto degli ingredienti e durante la preparazione.

Allora, eccoli nel più grande centro commerciale italiano sulla Park Avenue, a caccia delle nostre tipicità. Lui ha fatto l'elenco dei piatti, visualizzando il menu di Danilo: Antipasto composto (prosciutto crudo di Modena, salame, pecorino, marmellata di fichi e gnocco fritto), Lasagne verdi al forno, Tortelli di zucca, Tortelli di ricotta e spinaci,



ristorante «Belvedere»
da Danilo
di Battilani Danilo



Via Coltellini, 31 - Tel. 059.22.54.98
Fax 059.21.66.91
41100 Modena

IL VALORE DEL PATRIMONIO INTELLETTUALE

Di ritorno da Shanghai, dove Tec Eurolab ha già un ufficio di rappresentanza da un anno e all'inizio del 2012 inaugurerà il suo primo laboratorio, può dirci qual è la percezione che il mercato cinese ha dell'impresa italiana?

Il prodotto italiano ha un valore aggiunto apprezzato in tutto il mondo, Cina compresa. Visitando laboratori come il nostro, ho potuto constatare direttamente che anche nell'innovazione tecnologica possiamo reggere benissimo il confronto. Alla fiera a cui abbiamo partecipato abbiamo incontrato imprenditori italiani che al rientro si sono messi in contatto con noi, e questo può essere un indice dell'esigenza di attivare forme di solidarietà, se non di collaborazione, fra imprese italiane che hanno prospettive di sviluppo in Asia, ma non solo. Un dato significativo di cui tenere conto è che le aziende del nostro territorio che in questi anni di crisi hanno trovato sbocchi nei mercati emergenti non hanno problemi economici, quindi ci auguriamo che il processo d'internazionalizzazione possa proseguire sempre di più, soprattutto in vista del fatto che le criticità in area euro non accennano a diminuire, anzi. Allora l'impresa italiana ha ancora molte carte da giocare all'estero.

Proprio con questo numero del giornale, incominciamo a scrivere la carta intellettuale delle imprese con quelle aziende che hanno puntato al valore assoluto e non si sono limitate al profitto finanziario...

Certo, la carta intellettuale di un'impresa deve scrivere qual è il suo valore non limitato al prezzo di vendita sul mercato in caso di liquidazione o di acquisto quote da parte di un socio potenziale. Ma quanti sono oggi coloro che non calcolano il valore dell'impresa basandosi sul MOL (margine operativo lordo) o sull'EBIDTA (utile prima degli interessi passivi, imposte e ammortamenti su beni materiali e immateriali)? Purtroppo sono ancora molti coloro che traducono tutto, anche il

capitale intellettuale, in numeri che esprimono il valore in denaro. Questo vuol dire che il resto del valore, il patrimonio intangibile dell'impresa – le idee, le persone e le loro relazioni, le stesse relazioni con i clienti, la conoscenza del mercato – ha valore solo per chi la vive o per chi ambisce a lavorarci perché trova un ambiente favorevole per esprimere e sviluppare i propri talenti, ma anche per la propria crescita personale. Ammettiamo che l'impresa valga solo denaro, in un mondo in cui il denaro è l'unica cosa che conta. Ma come fare quando, come sta succedendo in questi giorni, arrivano i sacerdoti del dio denaro per annunciare che dio è morto, che non c'è più denaro nelle loro casse, che non possiamo aspettarci l'anticipo sulle ricevute bancarie, nonostante il nostro rating sia in classe AAA? Come siamo giunti al punto in cui la finanza rischia di mettere in crisi persino il proseguimento di aziende che hanno fatto sforzi sovrumani per risollevarsi dal disastro che essa stessa aveva provocato alla fine del 2008? La carta intellettuale esige che anche la finanza s'interroghi sulle responsabilità che ha verso chi produce e che introduca regole ferree nel proprio operato. Non è più ammissibile pensare che tutto sia in mano a quattro scalmanati che si mettono insieme per arricchirsi: le istituzioni facciano la loro parte, come la fanno, fin troppo, quando mettono lacci e laccioli all'operatività delle imprese, soprattutto nel nostro paese.

Se la Francia è governata da duecento famiglie e il Giappone da dieci, l'Italia è il paese delle corporazioni, i cui interessi non sono mai stati intaccati da nessun governo...

Quanto potremmo guadagnare dalla liberalizzazione delle professioni, se eliminassimo queste barriere medievali che non hanno alcuna utilità per la vita civile? Basti pensare che nel nostro paese c'è solo un 30 per cento di popolazione prodotti-

va, mentre un altro 30 per cento stabilisce le regole con le quali l'altro 30 per cento deve creare valore e si preoccupa di mettere paletti all'interno di realtà in cui non ha neppure idea di ciò che accade. Intanto l'imprenditore non ha una corporazione che difenda i suoi interessi e deve combattere da solo gli assalti della concorrenza, anche quando è palesemente sleale. Purtroppo, le stesse associazioni che dovrebbero rappresentare gli interessi delle imprese e contribuire a scrivere la carta del valore intellettuale sono impegnate a sostenere gli argomenti di cui si discute ai tavoli in cui l'interesse principale non è per la cultura d'impresa, ma sempre ed esclusivamente per il dio denaro, in forme diverse: ammortizzatori sociali, retribuzioni, contratti, regolamentazione delle pause durante l'orario di lavoro, tutto secondo l'equazione per cui il tempo è denaro. Invece sarebbe auspicabile comunicare all'esterno delle aziende il patrimonio intellettuale che le contraddistingue, perché nel nostro territorio non manca, e fare in modo che sia riconosciuto come valore aggiunto di un approccio che non contrappone l'impresa al servizio sociale, anzi, la cultura meritocratica, attenta alla persona, a cui dà l'opportunità di crescere con l'azienda, è fortemente sociale.

L'economista Emilio Fontela diceva che il brainworker non divide la sua giornata in un tempo per il lavoro, uno per lo svago, uno per la famiglia...

Se crediamo che il tempo sia denaro, rischiamo di vivere a compartimenti stagno. Il lavoro è vita e ciascuno è vivo anche mentre dorme e a volte sogna anche mentre sta facendo qualcosa al lavoro: a volte il lavoro richiede concentrazione, ma nell'arco della giornata si compiono tante azioni semiautomatiche in cui il pensiero va alle vacanze, al fine settimana, all'amore; altre volte invece può capitare che in autobus o durante una partita a calcetto arrivi un'idea da applicare il giorno dopo al lavoro. E che cosa facciamo, la respingiamo perché non siamo nell'orario di lavoro? Se vogliamo scrivere la carta intellettuale, dobbiamo incominciare a mettere seriamente in discussione i compartimenti stagno.

Formazione

Consulenza tecnica

Programmi formativi e scadenziari

Valutazione rischi

Incarico RSPP

Valutazione rumore

Campionamenti chimici

Valutazione vibrazioni

Sistemi gestione sicurezza

S & L SRL

sicurezza e salute nei luoghi di lavoro

Via G. Bovini 41 - 48123 Ravenna

Tel. 0544/65084 Fax 0544/239939

info@sicurezzaoggi.com www.sicurezzaoggi.com



ISO 9001:2008 CERTIFICATO DAL CSQ

IL TEMPORARY MANAGER PER INCREMENTARE LE VENDITE

Il tessuto economico dell'Italia è costituito al 95 per cento da piccole e medie aziende, che raramente hanno sviluppato un vero e proprio orientamento al mercato. Ma, negli ultimi tre anni, molte rischiano di soccombere perché il numero dei loro clienti storici si è pressoché dimezzato. Con la sua esperienza ultraventennale di supporto alle piccole e medie imprese nella strutturazione dei processi di vendita e marketing e il suo patrimonio di una banca dati di oltre ventimila agenti e quadri commerciali, UNA Forza Vendite sta dando un apporto straordinario al valore del nostro paese, considerando che la vendita contribuisce al valore...

Molte piccole e medie aziende sono nate in un momento storico in cui la crescita economica in Italia era talmente forte che non si sentiva il bisogno di una forza commerciale: bastava avere grande competenza e affidabilità perché le commesse fossero assicurate. Per decenni, hanno lavorato con pochi clienti, spesso in esclusiva, cercando di servirli al meglio, offrendo la massima qualità e impegnandosi anche negli investimenti per la ricerca e l'innovazione tecnologica necessarie per soddisfare costantemente le loro esigenze.

Nell'ultimo triennio, però, è come se per loro si fosse fermato il mondo: le grandi aziende per le quali lavoravano hanno delocalizzato la produzione o semplicemente hanno trovato fornitori più convenienti nei paesi emergenti, mettendo in crisi questi piccoli fornitori italiani che, dopo avere investito somme ingenti di denaro per il rinnovo dei macchinari, oggi non hanno la capacità di saturare la produzione.

Allora, nonostante la consapevolezza della loro competenza e della qualità dei loro prodotti, molte oggi non riescono a trovare sbocchi commerciali adeguati. Ecco perché i nostri servizi di organizzazione delle reti di vendita sono essenziali in questo momento storico, per valorizzare ciò che le piccole e medie aziende italiane sanno produrre,

facendolo conoscere al mercato. Anche per questo, soprattutto nel caso in cui un'azienda, oltre a lavorare per conto terzi, ha la capacità finanziaria per spingersi a creare anche prodotti a marchio proprio, ci adoperiamo per fornire una figura senior strutturata, in grado di veicolare al mercato il valore aggiunto dei prodotti. Ma il problema si pone anche per quelle aziende che non hanno mai neppure esplorato la funzione commerciale e hanno l'esigenza di costruire una rete vendita. Come si costruisce una rete vendita? È meglio partire dal basso, inserendo un agente, o dall'alto, inserendo un direttore commerciale? Sono due filosofie diverse, ma noi preferiamo partire dall'alto, con una funzione commerciale che predisponga il terreno all'arrivo degli agenti di vendita veri e propri. Oggi gli agenti sono pochi e ben retribuiti, ricevono molte offerte di lavoro durante l'anno e, poiché sono nella condizione di poter scegliere per quale azienda lavorare, spesso preferiscono le aziende maggiormente strutturate, guidate da un imprenditore moderno, che assicura loro un ambiente favorevole ad ottenere risultati.

Altri casi che riscontriamo nel nostro lavoro sono quelli di piccole e medie aziende che hanno già una rete commerciale, il cui rendimento però è calato in seguito alla crisi. Quindi hanno l'esigenza di fare un assessment delle competenze del venditore. Quasi tutto ciò che andava bene fino a pochi anni fa oggi viene messo in discussione – il prodotto, i territori, le politiche provvisive, le persone stesse –, ma ciò che viene messo sotto pressione per primo è la funzione commerciale: soprattutto nei momenti di crisi, portare a casa i risultati diventa imperativo, con evidenti difficoltà di varia natura. Purtroppo, non tutti hanno trovato il modo per affrontare la congiuntura economica sfavorevole. Nell'ultimo periodo assistiamo a un impoverimento di quelle

aziende che hanno aspettato che la crisi finisse, mentre l'imprenditore lungimirante ha colto fin dall'inizio che alcuni paradigmi stavano cambiando e ha investito, seppure con grandi sforzi, nella strutturazione dell'azienda, quindi ora si trova pronto per ripartire.

UNA Forza Vendite è stata la prima organizzazione in Italia a introdurre la figura del temporary manager. Con quale obiettivo?

Il temporary manager ha grande competenza e viene inserito nelle aziende con un obiettivo ben preciso e per un periodo limitato di tempo. È una formula particolarmente utile per le piccole e medie imprese, che non hanno la forza economica per assumere un dirigente a tempo pieno, anche se lo ritengono indispensabile già nel momento in cui incominciano a strutturarsi. Dopo avere analizzato l'esigenza del cliente, inseriamo una figura a tempo parziale, che assicura la sua presenza in azienda uno, due o tre giorni la settimana, sia per mettere in atto le azioni concordate con il cliente, sia per verificare e monitorare tempi e risultati di agenti e addetti al marketing.

La nostra Società deriva da un'esperienza ventennale iniziata nel 1989 con il marchio RMS, nato da un'idea del socio fondatore, che aveva particolare talento nella ricerca e selezione di agenti di commercio. Nel primo periodo di attività però, nonostante trovassimo sempre la persona giusta da inserire all'interno dell'azienda, spesso, per qualche strano motivo, l'agente, il migliore del settore, non riusciva a proseguire. L'azienda naturalmente se la prendeva con noi, dicendo che le avevamo presentato un agente inadeguato. Da allora abbiamo rovesciato l'approccio: quando un'azienda ci chiede l'inserimento di un agente, facciamo un check-up per verificare se effettivamente la richiesta dell'agente sia una delle leve che consente all'azienda di vendere di più e meglio, o se invece occorra rivedere alcuni degli assetti dell'ambito commerciale e marketing necessari per fare in modo che il rendimento dell'agente sia di successo. E il più delle volte la direzione del temporary manager si rivela indispensabile in questa fase.



VILLA SAN CARLO BORROMEO

La vita è un unicum.
E questa è la vostra casa.

L'icona del secondo rinascimento
Il salotto intellettuale, imprenditoriale, finanziario di Milano
Il palazzo del turismo culturale e artistico

HOTEL VILLA SAN CARLO BORROMEO ***** L

Splendida dimora storica, interamente restaurata, a venti minuti da Milano. Cinquanta camere e suites, con opere d'arte e mobili antichi, affreschi, soffitti a cassettoni.

RISTORANTE THE CITY

In un ambiente raffinato e accogliente, offre ai suoi ospiti più esigenti i sapori genuini di una cucina di qualità: ricca, leggera, varia.

CATERING

Nelle case, nelle aziende, in altre dimore, portiamo la finezza e i sapori della nostra cucina.

SERVIZIO NAVETTA

Con il centro città, il nuovo polo di Fiera Milano (7 km), e gli aeroporti di Linate e Malpensa (30 km).

ELITAXI

Imbarco dagli aeroporti lombardi e dalle sedi del cliente e atterraggio nel parco.

MEETING E CONGRESSI

Centro di scambi internazionali, punto di riferimento per scienziati, artisti, imprenditori. Venti sale, con aria condizionata e cablaggio, in grado di ospitare fino a 900 persone.

IL MUSEO

Esposizioni permanenti di artisti di vari paesi e grandi mostre temporanee.

IL PARCO

Undici ettari di parco botanico, artistico, filologico, per splendide passeggiate, con ampi spazi per eventi, spettacoli, concerti.



IL RISCHIO ASSOLUTO DELL'IMPRENDITORE

Con la recente acquisizione del ramo d'azienda Logistic Service, dealer Cat Lift Trucks, Global Service Commerciale diviene concessionario ufficiale di Caterpillar per le province di Modena, Bologna, Ferrara, Ravenna e Forlì-Cesena. Com'è giunto a decidere l'acquisto in un momento in cui gli investimenti non sono favoriti dalle alterne vicende dei mercati finanziari?

Occorre una struttura unica per ridurre i costi di gestione e favorire l'efficienza nel servizio in un settore fondamentale per le imprese come quello del material handling.

Con l'acquisizione di un marchio importante come Caterpillar, quindi, Global Service Commerciale diviene fiore all'occhiello del servizio di logistica.

Nonostante la crisi finanziaria abbia portato alla proliferazione di un clima di sfiducia fra diversi istituti bancari e fra questi e i rispettivi clienti, un pool di banche ha supportato l'operazione. Del resto, se l'imprenditore investe le sue risorse in un progetto di lungo periodo, è un vantaggio anche per le banche sostenerlo, perché questo significa qualificare il territorio in cui operano. Negli anni scorsi la banca partecipava quasi per la totalità agli investimenti. Abbiamo programmato tale acquisizione con un piano industriale che è stato presentato agli interlocutori finanziari in primavera e si è concluso nell'ultimo mese, nonostante i tassi d'interesse iniziali siano lievitati a causa della speculazione internazionale. Soprattutto in questa fase, quindi, occorre che le banche diano grande supporto alle imprese che vogliono investire. Noi abbiamo potuto anche assumere dodici collaboratori con alta professionalità e competenza, che non sono stati pri-

vati dei benefit che avevano nell'azienda acquisita. Non abbiamo trascurato alcun dettaglio, nel caso di Caterpillar, infatti, ci siamo attenuti alle sue linee guida, molto rigide nel marketing, tanto che abbiamo fatto un ulteriore investimento per aggiornare furgoni, insegne e abbigliamento e per rendere ancora più efficiente Global Service Commerciale, fra le poche aziende priva-



Stefano Bonafè

te italiane leader nel settore, dopo le multinazionali.

In tempi di crisi è ancora interessante fare nuove acquisizioni?

Non c'è un'altra strada, oggi. Se nei momenti di crisi il lavoro è meno garantito, è anche constatabile come si creano molte opportunità per chi ha in programma di fare investimenti. I risultati di Logistic Service erano molto soddisfacenti nell'ambito commerciale di distribuzione e servizio di Caterpillar, tuttavia, pro-

seguire era divenuto faticoso. In questi casi la strategia migliore è investire, pur mantenendo le dimensioni di un piccolo gruppo, ma ottimizzando il servizio in modo che l'azienda sia meno burocratica e più efficiente.

Con questo numero della rivista abbiamo incominciato a scrivere la carta intellettuale dell'impresa, che rilancia anche la tradizione artigianale italiana, che tuttora costituisce la base della moderna industria...

Lo statuto dell'imprenditore che non delega mai la direzione dell'impresa è una delle principali risorse delle aziende italiane. Ha una portata culturale, strutturale, organizzativa e strategica per l'azienda che va valorizzata.

L'imprenditore rischia in modo assoluto e pertanto deve saper scegliere e coordinare manager e collaboratori e avvalersi di analisti di bilancio e consulenti in grado di seguire il settore commerciale. Non è possibile gestire le varie filiali senza la collaborazione di un manager, ma è essenziale che l'imprenditore si attenga al compito di dare la direzione globale all'azienda, seguendone i vari aspetti e fungendo da esempio. Creare un gruppo che intenda le linee guida dell'imprenditore e far capire ai collaboratori che possono crescere è l'aspetto più difficile, specialmente per la tipologia di lavoro che facciamo. Non è necessario che l'imprenditore conosca tutti gli aspetti tecnici della sua attività, per questo occorre che investa nella formazione. Noi lavoriamo con oltre duemilacinquecento aziende, quindi sono i nostri collaboratori che presentano il Gruppo quando si recano dai clienti e per questo dobbiamo essere molto attenti all'immagine dell'azienda trasmessa dal loro modo di comunicare. Non bisogna mai dimenticare che i tecnici hanno il compito di portare il marchio oltre i confini dell'azienda, il titolare, infatti, difficilmente può conoscere tutti i clienti personalmente.

Costruire questo messaggio richiede un lungo lavoro, per questo occorre una direzione globale dell'impresa.

Passion for Life

Duo Suit



CREMONINI ELITE

ABBIGLIAMENTO UOMO E SARTORIA

Bologna, Via M. D'Azeglio 22/B - Tel. 051-268380

Ermenegildo Zegna

ENRICO POSTACCHINI

presidente di Confcommercio Imprese per l'Italia Ascom Bologna e di Cofiter-Confidi Terziario Emilia Romagna

L'ATTIVITÀ COMMERCIALE COME SCELTA DI VITA

Con oltre trent'anni di esperienza nel commercio, a fianco del padre Enea nel negozio di famiglia, Postacchini Abbigliamento, lei è attualmente presidente di Confcommercio Imprese per l'Italia-Ascom Bologna e di Cofiter-Confidi Terziario Emilia Romagna, oltre a essere vicepresidente di BolognaFiere S.p.A. e a intervenire in diversi Consigli Generali fra cui quello della Camera di Commercio. Come integra gli impegni istituzionali con l'attività del negozio, dove tuttora opera?

L'itinerario nella pratica del negozio si è svolto quasi simultaneamente con l'impegno associativo e questo ha contribuito in modo determinante alla mia formazione. Postacchini Abbigliamento ha aperto a Bologna casualmente. Mio nonno, infatti, faceva il falegname nelle Marche e fu espropriato del laboratorio e dell'abitazione a causa della costruzione della linea ferroviaria. Nei primi anni venti si trasferì in città con i nove figli, nella zona Costa-Saragozza, dove costruì il palazzo che ancora oggi ospita il negozio di famiglia. Solo qualche anno più tardi, nel 1948, mio padre con altri due fratelli inaugurarono il negozio, che giunse ad avere altre due sedi. Frequentavo ancora il liceo e facevo i compiti in negozio, quando ho incominciato a contribuire all'attività. Alla fine degli anni settanta, ho deciso di proseguire in modo più intenso con il negozio e ho incominciato a partecipare attivamente all'Associazione dei Commercianti di Bologna, impegnandomi come presidente del Gruppo Giovani e poi intervenendo a livello di Federazione Nazionale in Confcommercio.

Nel corso degli anni, Postacchini Abbigliamento ha modificato il tipo di prodotto e, benché la zona non sia commercialmente strategica, conti-

nua a offrire prêt-à-porter di qualità per uomo e donna che cercano un lusso quotidiano senza ostentazioni, ma di grande sobrietà. Questo è stato sempre il nostro sforzo, che è tuttora apprezzato anche dai clienti di altre regioni d'Italia.

Come spiega il fatto che spesso il valore aggiunto del commercio, soprattutto nel centro storico della città, non sia riconosciuto e talvolta osteggiato?

A Bologna, abbiamo una lunga tradizione di botteghe, ancora oggi numericamente molto ben rappresentata non soltanto nel centro storico ma anche in provincia, che vanta attività consolidate e ancora di proprietà di piccoli imprenditori.



Enrico Postacchini

Queste botteghe sono un valore aggiunto, perché investono o comunque sollecitano a investire nel territorio, oltre a presidiarlo spesso a loro spese. È una prerogativa che ha favorito la formazione di un senso civico e della voglia di fare che non sono riscontrabili altrove.

Negli ultimi decenni, la tendenza economica è stata quella di favorire la grande distribuzione fuori dai centri storici della città. Simultaneamente, non è stato attuato lo stesso equilibrio nel mantenere condizioni di pulizia e organizzazione nel centro storico. Questa è una disparità che va colmata. Ciascuna attività, che sia di grandi o di picco-

le dimensioni, deve esercitare il commercio nelle migliori condizioni possibili perché è una risorsa e non un disturbo, come in alcuni casi sembra essere intesa. È giusto quindi che proclami le sue istanze a gran voce perché, difendendo la propria azienda, difende la vita della città.

Negli ultimi due anni, Ascom Bologna ha lanciato un importante progetto per la sicurezza, raccogliendo, in appena un anno, un importo globale che supera il milione di euro per l'installazione di telecamere digitali in alta definizione. L'investimento, a carico di ciascuna piccola e media azienda e con il contributo della Camera di Commercio – che non grava, quindi, sulle incombenze dell'amministrazione comunale – offre un beneficio di cui usufruiscono tutti i cittadini, che possono attraversare vie e piazze più sicure, oltre a dare una risposta immediata nell'arginare il fenomeno del vandalismo. Le amministrazioni tendono a dimenticare le piccole attività o ne tengono conto in modo marginale perché oggi i grandi insediamenti commerciali rappresentano oneri di urbanizzazione importanti.

Qual è la specificità delle aziende italiane?

La piccola e media dimensione delle nostre aziende è intesa come un limite o come una carenza rispetto alla logica dell'economia globale. Penso, invece, che essa sia la vera risorsa, ecco perché non possiamo accettare di rinunciare alla qualità dei nostri prodotti per conformarla agli standard. In Italia, le piccole aziende resistono anche nei momenti economicamente più difficili perché chi apre un'attività commerciale fa una scelta di vita, che non è solo nella logica della redditività. Occorre valorizzare questo aspetto anche nel messaggio che si dà ai giovani. Andiamo verso un mondo che non offre garanzie, ma opportunità e che mette alla prova. Il piccolo imprenditore non ha alcuna sicurezza se non la convinzione di costruire e vendere qualcosa di buono che sia utile ad altri. È questa certezza che garantisce sia chi lavora alle dipendenze sia chi lavora in proprio.



SUTILIS

Alta Sartoria

La Sartoria Sutilis realizza capi sartoriali rigorosamente su misura.

I capi classici – come camicie, giacche, abiti, abiti da cerimonia, cravatte e cappotti – sono realizzati secondo le più antiche tradizioni sartoriali, rivisti e aggiornati in chiave moderna, per dare all'uomo un'eleganza senza tempo.

I capi della sartoria Sutilis sono 100% Made in Italy, accompagnati da un certificato che ne attesta la fattura artigianale.



Sutilis Alta Sartoria di Raffaele Paladino - Via Saragozza 47/c - 40123 Bologna

Tel./Fax 051.0494679 - Cell. 338.5496862 - P. iva 03043251200

LA CARTA INTELLETTUALE AL PALATIPICO MODENESE

La carta intellettuale dei prodotti tipici modenesi oggi ha un intero palazzo che la ospita, il Palatipico Modena, con sede nel quartiere fieristico, a due chilometri dal casello Nord della città estense, nato il 21 luglio di quest'anno, in seguito all'istituzione della Fondazione Agroalimentare Modenese, per riunire i principali Consorzi che rappresentano le produzioni agroalimentari Dop e Igp di Modena, il Consorzio dei ristoratori "Modena a Tavola" e la cooperativa di promozione turistica ModenaTUR.

"Da uno dei più ricchi signori di Modena fui invitato a un desinare in una delle sue proprietà...". Potrebbe iniziare così la scrittura del viaggio fra i prodotti agroalimentari che abbondano nel paniere del territorio modenese e il loro collegamento al sistema delle Denominazioni di Origine. La nascita di alcuni di essi sembra avvenuta per caso, celata da una nebbia fiabesca, e per conoscerli meglio occorre ricordare rumori ormai desueti, come i passi sulla ghiaia di una strada vicinale.

Fin dall'epoca ducale, l'agricoltura modenese si presentava con una grande varietà colturale: campi regolari di cereali e foraggi separati da filari di viti e di alberi da frutto, il tutto completato da una capillare diffusione degli allevamenti con la prevalenza di bovini e di suini. Tuttavia, l'agricoltura modenese non si è limitata a produrre, ma si è organizzata con le medesime imprese agricole per gestire le fasi della prima trasformazione del prodotto agricolo con la costituzione in tutto il territorio dei caseifici cooperativi, delle cantine sociali, dei centri di raccolta, stoccaggio e frigoconservazione dei prodotti ortofrutticoli. Si tratta di un fatto storico che dimostra come la rilevanza produttiva del comparto agroalimentare in provincia di Modena si è radicata e consolidata determinando un'impor-

tante svolta socio-economica per l'intero territorio. I caseifici cooperativi e anche quelli privati a cui è stato abbinato l'allevamento dei suini per utilizzare i residui della lavorazione casearia sono nati all'inizio del 1800 per la produzione del formaggio parmigiano-reggiano. Le cantine sociali furono costituite dagli inizi del 1900 ed erano diffuse in tutta la zona vocata alla viticoltura. Nel settore vitivinicolo, Modena detiene diversi primati: l'azienda vinicola privata più antica della regione Emilia Romagna; la Cantina sociale cooperativa più antica d'Italia ancora in attività (Cantina sociale di Carpi fondata nel 1903),



La sede del Palatipico Modena

ben tre cantine sociali cooperative che tuttora trasformano e producono da più di cento anni dalla loro fondazione: la già citata Cantina sociale di Carpi, la Cantina sociale di Santa Croce (1907) e la Cantina sociale di Campogalliano-Masone (1908). Si può affermare quindi che l'agricoltura della nostra provincia si è sempre caratterizzata per il forte collegamento con le industrie di trasformazione e di confezionamento, alle quali ha saputo trasmettere i valori propri della tradizione e della cultura del territorio. Da questa sinergia, le imprese hanno saputo trarre slancio per le loro produzioni, privilegiando il legame con il territorio, in quanto consapevoli che è la Denominazione di Origine del prodotto a essere conosciuta e ricordata dal consumatore e non piuttosto il

nome del singolo produttore.

Se consideriamo che in provincia di Modena vengono prodotti il formaggio Parmigiano-Reggiano DOP, i Lambruschi DOP modenesi, l'Aceto Balsamico Tradizionale di Modena DOP, il Prosciutto di Modena DOP, lo Zampone di Modena IGP, il Cotichino di Modena IGP, la Mortadella Bologna IGP, i Salamini alla cacciatora DOP, la Pera dell'Emilia-Romagna IGP, la confettura di Amarene Brusche di Modena IGP, ci troviamo di fronte a una situazione davvero unica, a conferma della capacità che hanno avuto le imprese nel perseguire gli investimenti per la qualità e la salubrità dei prodotti agroalimentari finalizzati a tutelare le scelte quotidiane del consumatore.

Ecco perché era ormai inevitabile valorizzare lo sforzo delle imprese e la tradizione che esse rappresentano con la costituzione del Palatipico Modena, alla cui base c'è un progetto di marketing territoriale promosso e sostenuto (con 5 milioni di euro) dalla Camera di Commercio di Modena: non dimentichiamo che la sola produzione DOP vendibile del prodotto modenese supera i 400 milioni di euro e, se aggiungiamo l'IGP, siamo ben oltre il miliardo. Come ha notato il presidente della Camera di Commercio, Maurizio Torreggiani: "Nel mondo dominato dall'omologazione, ci

vuole una grande capacità di distinguersi. Se vogliamo essere ascoltati in mezzo a tanto rumore, dobbiamo dare segnali forti: nel Palatipico gli ospiti troveranno ancora i prodotti della tradizione con cui Enzo Ferrari festeggiava le vittorie nella sua trattoria preferita. Meccanica unica e vere emozioni gastronomiche: tutte cose non riproducibili altrove".

L'accostamento a Ferrari non è casuale: come ha ricordato il presidente della Società Palatipico, l'enologo Pierluigi Sciolette, "con il supporto di ModenaTUR, il Palatipico offre un pacchetto di promozione turistica che comprende il weekend motori e sapori, con test drive sulla vicina pista di Marzaglia, visita al museo e casa natale di Enzo Ferrari, al Palazzo Ducale e ai monumenti della città".



La Pellicceria Tassinari augura

Buone feste e Buon Natale



TELIER

Pellicceria Tassinari

Capi su misura - Preventivi gratuiti - Riparazioni
Pellicceria Tassinari - Via XXI Aprile 9/B - Bologna - Tel. 051-6142121
Pellicceria Tassinari - Via Sant'Anselmo 35 - Aosta

SIMONE GHERMANDI

titolare di Mediaintegra, Bologna

COME INTEGRARE LE TECNOLOGIE NELLA CASA E NELL'IMPRESA

Mediaintegra è in Emilia Romagna fra le poche aziende del settore audio-video specializzate nel campo dei sistemi di controllo con touchscreen per home automation e building automation. Quali sono le acquisizioni più innovative?

Le tecnologie audio video abbinate all'automazione sono in uso da tempo nell'ambito professionale. La gestione di una sala per conferenze, ad esempio, che richiederebbe un'operatività complessa, con l'installazione di un sistema di controllo a touchscreen diventa più semplice. Queste tecnologie si sono diffuse anche in ambito residenziale con il nome di home automation, più nota come domotica, che è l'automazione della casa. Tramite un pannello tattile, il touchscreen, è possibile gestire il sistema d'illuminazione, alzare e abbassare automaticamente le serrande, monitorare il sistema di sicu-

rezza e il consumo energetico. Quando la domotica è applicata in ambito professionale si parla generalmente di office o building automation.

Come spiega il grande interesse per l'home cinema negli ultimi anni?

Il ritmo frenetico e stressante delle attività quotidiane esalta il bisogno di vedere la propria casa come un'oasi di comfort e relax. Il cinema in casa è un'esperienza sorprendente in quanto può raggiungere e a volte superare la qualità della sala cinematografica, oggi con costi accessibili. Inoltre, l'integrazione dell'home cinema con la domotica consente, ad esempio, di attivare la proiezione di un film stando comodamente seduti sul divano, mentre magicamente le luci si abbassano e la sala si trasforma senza l'utilizzo di telecomandi diversi. Molto interessante è inoltre la possibilità di uti-

lizzare iPhone, iPad o dispositivi Android come strumenti di controllo per la domotica e l'audio video. Queste tecnologie sono i giochi degli adulti, perché consentono di combinare la funzionalità e l'estetica con l'aspetto ludico.

Con oltre vent'anni d'esperienza nel settore professionale, Mediaintegra offre specifiche proposte per le aziende...

Progettiamo e installiamo sistemi audio e video per sale riunioni, dal piccolo gruppo di lavoro all'auditorium. Siamo inoltre specializzati nelle tecnologie di videoconferenza. Le società quotate in borsa, ad esempio, le utilizzano per le riunioni del consiglio d'amministrazione, riducendo notevolmente tempi e costi di trasferta. Mediaintegra offre la capacità d'integrare tecnologie diverse ottenendo un risultato eccellente, che si costruisce attraverso varie fasi e che l'utente spesso non è in grado di gestire, come lo studio degli spazi, la scelta dei prodotti, l'installazione a regola d'arte e la messa a punto. È un lavoro di sartoria. Il tessuto può essere acquistato da chiunque, ma il vestito su misura esige la professionalità del sarto.

integration as a mission.



MEDIAINTEGRA

Via del Barroccio, 20/c

40138 Bologna

Tel: 051.4074759

www.mediaintegra.it

info@mediaintegra.it

ANTICA BOLOGNA

AREA MARGONI 71

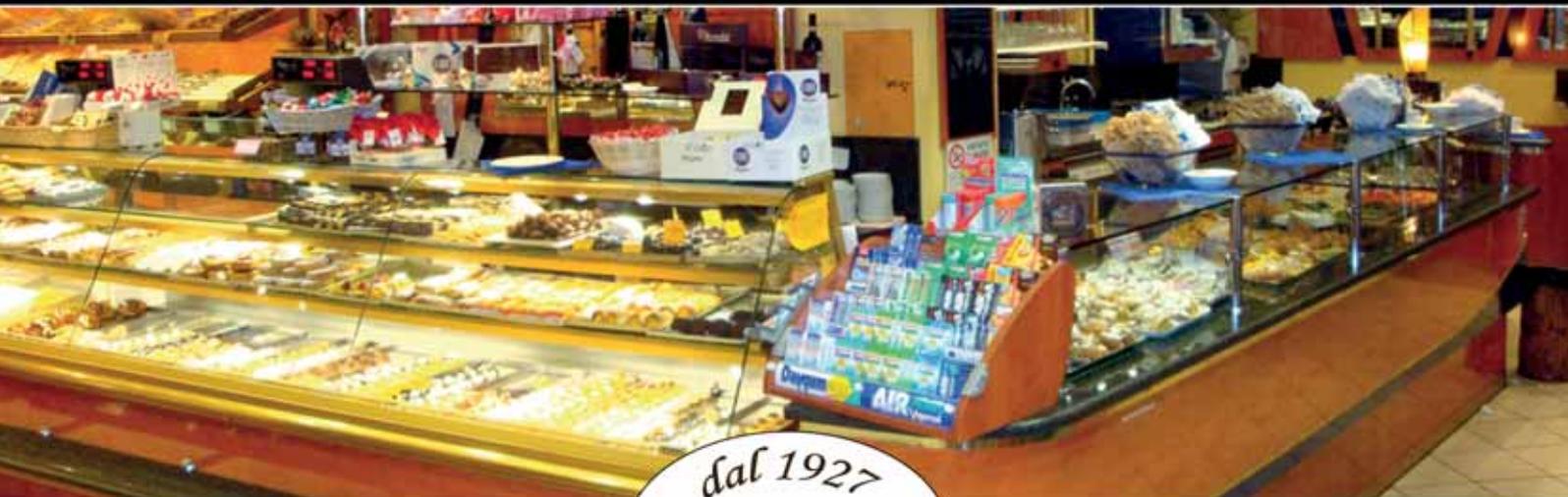


CAFFETTERIA - PASTICCERIA

PANE E PASTA - COCKTAIL BAR - BISTROT

Via Marconi, 71/a - Bologna - Tel. 051/247002

www.areamarconi71.com



dal 1927

*ANTICA
BOLOGNA*

Via S. Vitale, 88 - Bologna

Tel. 051/231064



TOMMASO NENZIONI EMILIANO MORGANTINI

titolari di Sale e Benessere, San Lazzaro, Bologna

LA STANZA DEL SALE PER LA NOSTRA SALUTE

Il sale, oro bianco offerto in dono ai faraoni dell'antico Egitto e prezioso compenso dei soldati (il salario) della Roma imperiale – che per favorirne il trasporto costruì una fra le più importanti vie consolari, la Salaria –, è da sempre una risorsa non solo per le economie di intere popolazioni, ma anche per la salute. L'haloterapia, molto diffusa nel nord Europa, esalta le qualità terapeutiche del sale e offre molteplici vantaggi...

L'haloterapia, dal nome greco del sale, *halos*, è una terapia assolutamente naturale, i cui primi studi scientifici risalgono al 1843, quando il fisico polacco Felix Bochkowsky fece alcune ricerche sul microclima delle grotte di sale, notando una drastica riduzione di patologie polmonari nei minatori. Nel medioevo, i monaci curavano gli ammalati nelle grotte di sale facendo loro respirare le particelle prodotte dalla rottura delle stalattiti. Durante la seconda guerra mondiale, in Germania, le persone che avevano trovato riparo dai bombardamenti nelle cave di sale riferirono miglioramenti nella sintomatologia respiratoria. L'haloterapia, infatti, consiste nella somministrazione per inalazione di cloruro di sodio, prodotto da uno speciale micronizzatore, in un ambiente confinato: la cosiddetta "stanza del sale", che si può trovare nel nostro Centro Sale e Benessere.

Quali sono le peculiarità della stanza del sale?

Ha le pareti e il pavimento interamente ricoperti di sale, che creano

l'effetto suggestivo di una grotta. Fra le benefiche proprietà del sale, quella igroscopica consente di assorbire l'umidità atmosferica, per cui l'ambiente della stanza è secco, oltre a essere privo di agenti patogeni, proprio perché il sale ha un'azione battericida e favorisce l'abbattimento delle polveri sottili, essendo carico di ioni negativi. L'haloterapia è quindi particolarmente indicata per persone che hanno problemi di asma e allergie. Inoltre, la stanza del sale è priva di campi elettromagnetici. Uno speciale nebulizzatore garantisce la diffusione del sale nella



sala. In particolare, viene inserito cloruro di sodio – certificato da una casa farmaceutica – nel micronizzatore, che tramite una ventola lo nebulizza in particelle molto piccole, da 1 a 5 micron, che arrivano fino ai bronchi alveolari e nel sangue e si depositano sulla pelle agendo come disinfettante.

È una tecnica diversa da quella che altrove utilizza un ventilatore per diffondere nell'aria polvere di iodio. La stanza del sale viene indicata come haloterapia di prima qua-

lità per la provenienza certificata del micronizzatore e del cloruro di sodio utilizzato in piccolissime particelle. Non ha controindicazioni, quindi, anche nel caso di chi ha problemi di tiroide.

L'haloterapia è consigliata soprattutto ai bambini perché non ha controindicazioni. Quali sono i vantaggi?

In tempi in cui si assumono farmaci anche solo per un leggero mal di testa, è importante favorire la detersione e la purificazione generale del corpo. L'haloterapia migliora la funzionalità respiratoria, rivitalizza l'organismo e previene l'insorgenza di malattie da raffreddamento. Ha ottimi effetti per coloro che soffrono di asma, allergie, sinusiti, bronchiti e otiti. L'haloterapia contribuisce a rendere più sano il nostro stile di vita, con l'effetto di ridurre la tendenza alle affezioni delle vie aeree. Inoltre, è indicata anche a chi ha problemi alla pelle come psoriasi, dermatiti e dermatiti seborroiche.

L'haloterapia non cura la causa, quindi, ma ne previene i sintomi. Trenta o quaranta minuti nella stanza del sale garantiscono i risultati di tre giorni al mare. Anche per questo è adatta a tutte le età e in special modo ai bambini. Occorre che il benessere sia inteso come qualità di vita e non come rimedio a uno stato di malessere, favorito dai ritmi e dalle abitudini alimentari della vita moderna.

Infine, l'haloterapia è anche un'occasione per stare insieme ai propri figli perché è possibile giocare con il sale nella stanza come si fa al mare con la sabbia, oppure i bambini possono scegliere di guardare i cartoni animati preferiti in tv.

Inoltre, la sala è illuminata da luci soffuse di colori diversi, secondo la tecnica della cromoterapia, e simultaneamente sono diffuse musiche rilassanti per un benessere da vivere a tutte le età, secondo le differenti esigenze.



Real Clean
Pulizie per aziende, uffici e studi

**Tu pensa alla tua impresa.
A darle lustro ci pensiamo noi.**

**OSCAR MELE
340.6947008**

BOLOGNA

Nuova sede: Via Del Fonditore, 3
Tel. 051.6010672 - Fax 051.6022275 - Cell. 340.6947008
www.realclean.it - e-mail: info@realclean.it

ALECS BIANCHI

presidente e amministratore delegato di Eos Group

LA VIA VERDE DELL'EMILIA

Nonostante la sua giovane età, Eos Group, nata nel 2008, può già vantare la realizzazione di quello che all'epoca fu il più grande impianto fotovoltaico in Emilia Romagna (ottocento kW) e la partecipazione come membro effettivo alla ISES (International Solar Energy), la più importante associazione scientifico-culturale nel mondo, senza finalità di lucro, operante nell'ambito delle fonti rinnovabili e dell'uso razionale dell'energia. Considerando l'entrata in campo in pochi anni di tantissime aziende in questo settore – dai grandi gruppi che hanno aperto e presto visto arenarsi le loro divisioni "solare" alla miriade di artigiani tuttofare –, come si costruisce una reputazione solida, capace di andare oltre l'euforia che il tema "energia solare" suscita nell'opinione pubblica, soprattutto quando si parla d'investimenti ventennali?

Già da due anni, abbiamo adottato una politica commerciale che ci permette di garantire un impianto fotovoltaico per vent'anni e di sostituire immediatamente un pannello o un inverter in caso di rottura. Abbiamo puntato sulla qualità di un prodotto europeo che dà sicurezza di affidabilità e continuità. In questa direzione, a gennaio 2009, abbiamo siglato un accordo con Solon S.p.A. per la fornitura e l'installazione di due MW di moduli fotovoltaici: un accordo importante, finalizzato a sviluppare ulteriormente il settore del fotovoltaico in Emilia Romagna, che ha dato un segnale forte e ha fatto capire che è possibile, grazie agli incentivi, avere un impianto a costo zero, totalmente pagato dal gestore servizi elettrici. Ci siamo rivolti in particolare ai costruttori perché siamo in grado di fornire il fotovoltaico a un costo bassissimo, che non incide sul costo dell'immobile e che viene installato solo al momento della vendita. Quando l'immobile viene venduto, interagiamo direttamente con l'acquirente, preoccupandoci delle procedure burocratiche per ottenere lo Scambio sul posto (Delibera AEEG 74/08), che consente all'utente che abbia la

titolarità o la disponibilità di un impianto la compensazione tra il valore associabile all'energia elettrica prodotta e immessa in rete e il valore associabile all'energia elettrica prelevata e consumata in un periodo differente da quello in cui avviene la produzione. Con i nostri servizi, il costruttore non ha nessun impegno nella progettazione dell'impianto e il cliente finale non deve occuparsi delle procedure burocratiche.

Ma la vostra crescita oggi si prospetta anche attraverso una particolare differenziazione, con l'inaugurazione delle prime applicazioni da voi progettate e installate nel campo della mobilità elettrica e della domotica...

Nel settore della mobilità elettrica, il futuro riserva ancora alcune incognite, soprattutto perché ha ancora costi elevati: se un motorino elettrico è già acquistabile a cifre piuttosto contenute, 1.500-3.000 euro, un'automobile elettrica ha costi sproporzionati rispetto alla sua omologa a carburante. La 500 che abbiamo presentato a Bologna di recente costa 39.000 euro; la Citroen Czero costa 36.000, perché usa batterie da 1.000 euro a kW: se pensiamo che un'auto ne monta una ventina per un'autonomia di 150 chilometri, il conto è presto fatto. Le auto elettriche diventeranno economiche quando verrà data ai produttori la possibilità di produrle in grandi quantità.

Bisogna trovare poi il modo di impiantare le colonnine. Trasformare i classici distributori in grandi centri per l'auto, aree di servizio con 5 o 6 colonnine da 3 kW, pensati anche per l'autista che deve attendere venti minuti per una carica. E per velocizzare l'operazione ci sono diverse ipotesi: allestire distributori da 50 kW invece che da 3, oppure sostituire le batterie scariche con batterie cariche, anche se questo richiede un'omologazione delle batterie e un'organizzazione logistica con una rete di distribuzione. Per chi si muove in città, le tratte brevi con picchi di 50/100 km sono gestibili



Alecs Bianchi

con le attuali tecnologie senza grandi investimenti.

Ma è in atto questa trasformazione, per cui in ciascuna città verrà stabilito un programma di installazione di distributori?

Quello che conta è che venga evitata la realizzazione di un nuovo monopolio, come invece sta tentando di fare Enel, che vuole occuparsi dell'installazione delle colonnine, in quanto già distributore di energia elettrica. Non sarebbe logico e non andrebbe nella direzione indicata dall'Unione Europea, che condanna i monopoli. Inoltre, l'interesse a evitare i monopoli non è soltanto dei costruttori o installatori di colonnine, ma dell'intera comunità, che non può permettere che un distributore monti quando e dove vuole nuove colonnine, a parte ovviamente i vincoli della tutela dei beni architettonici.

Con la nostra esperienza nella progettazione e la specializzazione nell'utilizzo di queste applicazioni, noi partiamo leggermente avvantaggiati rispetto agli altri, perché le nostre colonnine esistono già da qualche anno e sono state omologate e certificate dalla Comunità Europea.

Fra qualche mese, avvieremo l'installazione nel comune di Casalecchio delle prime colonnine che potrebbero essere destinate *in primis* ai mezzi usati dall'amministrazione pubblica o dal servizio postale.

Nel frattempo, siamo in attesa di una legge che dovrebbe essere approvata a breve, mirata a incentivare la mobilità elettrica, sbloccando fondi a supporto dello sviluppo di questo nuovo settore. Quindi, siamo già in fase di interessanti proposte di legge, sempre nella speranza che ci sia una puntuale approvazione e che durante la redazione non si voglia ancora una volta rendere la normativa più astrusa di quello che è la realtà.



OFFICINE DEGLI APULI

cucina e prodotti di puglia



Da noi la genuinità
diventa arte

Officine degli Apuli - Via S. Lorenzo, 4 Bologna - Tel. 051.236042
info@officinedegliapuli.it - www.officinedegliapuli.it

L'IMPORTANZA DEI PERCORSI FORMATIVI NELLE AZIENDE PUBBLICHE E PRIVATE

Quale segmento all'interno di aziende pubbliche e private vive con particolare tensione e aspettative la combinazione tra formazione, crescita e prospettiva occupazionale?

La formazione permanente è oggi più che mai collegata alla "crisi" della condizione vissuta dai quadri intermedi all'interno di istituzioni e aziende pubbliche o private. Abbiamo assistito a un'elevata richiesta di visibilità, di riconoscimento dell'identità professionale, di apprezzamento della funzione sociale e culturale per un lavoro spesso identificato come secondario. Serpeggia il timore che il proprio ruolo sia in tempi brevi ridimensionato, se non cancellato da modalità più flessibili, più libere, ma anonime e estranee all'azienda. Questo ha comportato una reazione che il più delle volte ha messo in evidenza una condizione di scoramento e di disillusione e ha provocato un terremoto nel campo della formazione: si è infatti capita la necessità di progettare percorsi in cui i quadri intermedi potessero identificarsi come gruppo intellettuale che sa rapportarsi con le comunità interne ed esterne al proprio ambiente di lavoro. Le figure intermedie hanno compreso che possono essere ascoltate se consolidano la propria biografia professionale, se vivono esperienze di crescita attraverso la partecipazione ad azioni dinamiche, se potenziano le proprie esperienze lavorative, ossia si rimettono in gioco a livello cognitivo ed emotivo.

Spesso l'arricchimento sul piano professionale rischia di essere considerato come corsa verso l'attestato, caccia alla certificazione. in che modo l'Istituto Europeo ha ovviato a questo equivoco che si verifica in molte realtà lavorative?

Dopo la formazione iniziale, la formazione continua in servizio va vissuta come vero investimento a livello sia individuale sia aziendale o istituzionale. Di qui l'esigenza di un'offerta formativa che sappia

come procedere secondo l'idea di una professionalizzazione di tipo orizzontale: apprendere e crescere, anche attraverso lo scambio, la partecipazione, l'arricchimento, la valorizzazione reciproca. Si deve evitare d'intendere la formazione in servizio come corsa a ostacoli inutile e dannosa, dove il numero dei corsi frequentati diventa l'obiettivo primario, trascurandone la qualità, la coerenza e la spendibilità.

Come le aziende considerano la cosiddetta cultura della formazione?

Coloro che si occupano di risorse umane e di valorizzazione professionale del personale hanno un ruolo determinante nel raccordo con le agenzie specializzate. Devono infatti saper progettare l'azione formativa, gestendo le nuove condizioni di flessibilità, di modularità e di discrezionalità metodologica, ma nello stesso tempo devono garantire il raggiungimento degli standard prefissati, imparando a valutare i risultati e a promuovere azioni di miglioramento. La formazione richiede l'adozione di nuove strategie e di misure innovative: per esempio, il personale avrà diritto a un proprio percorso personalizzato di sviluppo professionale, mentre ogni azienda e istituzione dovrà impegnarsi nell'elaborazione di un sistema di opportunità formative per i propri operatori.

Inoltre, attraverso il coinvolgimento nei processi, il personale impegnato nella formazione in servizio impara a comprendere i diversi punti di vista e diventa più abile nella leadership.

Ci sono azioni all'interno delle aziende che possono essere adottate a sostegno di questo tipo di progetto formativo?

Il contesto operativo e di lavoro si qualifica – ormai in ogni settore produttivo – quale ambiente per una più matura professionalizzazione degli operatori. E a tale proposito possono essere individuate opportunità formative quali l'utilizzo di

momenti di collegialità come occasioni di formazione, intesa come riflessione sulle proprie esperienze e vissuti professionali; la promozione di una cultura della valutazione formativa che consenta d'incentivare la conoscenza dei livelli professionali e culturali del personale nella prospettiva della continuità e coerenza del percorso formativo; l'individuazione di figure obiettivo che sappiano interpretare i bisogni professionali dell'azienda in termini di coordinamento, di raccordo organizzativo e di più intensa connessione con il territorio; il potenziamento dei dipartimenti di Risorse umane, incentivando la documentazione in modo tale che si possa alimentare la progettualità e stabilire relazioni con le strutture esterne; la creazione di un nucleo interno di valutazione con il compito di raccogliere informazioni e dati sulla produttività culturale dell'azienda e predisporre indicatori per regolarne lo sviluppo qualitativo.

Può segnalare modelli formativi funzionali per questa realtà lavorativa?

A nostro avviso ci sono le seguenti quattro tipologie che possono davvero contribuire alla crescita dei quadri aziendali. A) corsi brevi: un ciclo di incontri interessanti, una buona lezione frontale hanno ancora la funzione prioritaria di stimolare la necessità e il piacere di acquisire o perfezionare il proprio profilo; B) collaborazione con l'università o agenzie per corsi qualificati, con interazione collaborativa in rete, per progetti di ricerca comune; C) formazione on line, che risponde al bisogno di superare i limiti delle singole realtà territoriali e di trovare risposte adeguate alla molteplicità e diversità dei bisogni formativi; D) consulenza e assistenza consulenziale: esperti, team di esperti, agenzie accreditate, istituzioni, enti, associazioni possono offrire servizi di consulenza, anche con apposite convenzioni. Per esempio, l'Istituto Europeo, come agenzia formativa sul territorio, ha collaborato con specifiche scuole di lingue quali la Oxford School e la Benedict School, in quanto gli era stata fatta richiesta di percorsi formativi finalizzati al conseguimento di certificazioni linguistiche europee proprio per quadri intermedi di aziende di settore.

I.S.B.

Disinfezioni - Disinfestazioni - Derattizzazioni



VI LIBERA DA "OSPITI" INDESIDERATI

Tel. 051 364 951 - Cell. 335 806 60 21

Via Francesco Barbieri, 98/c - Bologna Fax 051 370 943

www.iessebi.com - info@iessebi.com

Chiamaci Gratis ➤

PG Gratis Tel
800.007.008 ➤

PIN
051364951



Protezione
Belle Arti



Protezione
terrazze



Protezioni
aeree



Protezione
portici



- Scarafaggi, formiche, zecche, pulci
- Vespe, tarme della lana, mosche
- Topi • Derattizzazioni ecologiche
- Allontanamento piccioni • Asportazione guano
- Trattamento del verde • Endoterapia
- Disinfestazioni antibatteriche e virali
- Trattamenti contro blattella germanica
- Trattamenti contro zanzara tigre



PESARO GIOCATTOLI

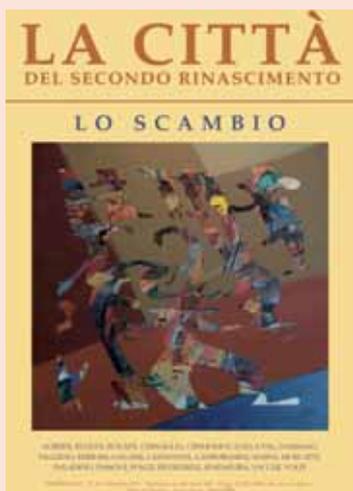
Il giocattolo e il sogno, nel cuore di Bologna

Il grande filosofo e scrittore Vittorio Mathieu scrive che gioco e lavoro si fondono nel concetto di *attività* che realizza la persona. Pertanto non iniziano in modo disgiunto, ma insieme, e il gioco non finisce nel momento in cui il lavoro prende il sopravvento nella nostra vita. Anzi, sostiene Mathieu, nella storia dell'uomo il gioco è comparso ben prima del lavoro, quasi un'espressione originaria della nostra vita. Ha a che fare con il simbolico, e in passato se ne sono occupati, tra gli altri, Aristotele, Schiller, Freud, Winnicott, Piaget, Bateson. Certamente il gioco non è il giocattolo. Ma il giocattolo è pur sempre un oggetto usato da un bambino o da un adulto per favorire l'attività del gioco e mantiene l'aspetto del sogno, investe l'immaginario, l'identificazione, ma introduce, soprattutto nei bambini, anche la questione della macchina, della costruzione, dell'industria. Se manca anche uno solo di questi elementi, è difficile parlare di giocattolo, ma si deve tornare a parlare di balocco, gingillo, trastullo, come si credeva nell'ottocento, quando la funzione del giocattolo sembrava essere solamente questa. Ecco perché i cosiddetti giochi elettronici sono spesso problematici nella formazione di un bambino, perché sono trastulli, anche se tecnologicamente sofisticati. Il cosiddetto giocattolo tradizionale, dalle molteplici funzioni anche quando di struttura apparentemente semplice, introduce, nel Novecento, alla modernità.

Nel 1919, nel centro di Bologna, città di botteghe storiche di grande prestigio, apre, in via Manzoni, il negozio di giocattoli Pesaro, dal nome della famiglia fondatrice. Più che di un negozio, come ci precisa Paolo Zabban, uno degli attuali conduttori insieme al figlio Guido, il titolare, era un emporio, in cui, oltre ai giocattoli, si vendevano altri prodotti, come bigiotteria e il mitico cellophane. I sogni dei bambini, e di alcuni adulti, ebbero tuttavia il sopravvento e i giocattoli divennero il prodotto prima trainante poi esclusivo dell'attività. Pesaro si consolidò come un negozio di alta specializzazione e competenza, in grado di soddisfare i desideri dei bambini e di consigliare sempre bene i genitori per i regali. Un settore importantissimo, soprattutto dopo la guerra, divenne quello del modellismo, con i più importanti marchi internazionali di trenini, automobili, veicoli commerciali e di scatole di costruzione di armi da guerra. E Pesaro è diventato esso stesso un marchio, un brand, notissimo anche fuori Bologna, in grado di alimentare i sogni dei bambini di tutte le età con i giocattoli e di molti adulti con il modellismo, e di renderli accessibili.

Quando siamo entrati nel nuovo negozio, dove Pesaro si trova da ventidue anni, in via Marsala 15, abbiamo ritrovato la stessa aria, solamente con molti pupazzi in più. Una domanda, quasi obbligata, che abbiamo rivolto a Paolo Zabban è quanto siano cambiati i gusti dei bambini e quanto conti l'influenza dei giochi elettronici. La risposta è stata netta: tantissimo, in entrambi i casi, anche a causa dell'influenza della televisione e per il fatto che i genitori seguono quasi sempre le scelte dei figli. Tuttavia Pesaro, con una scelta coraggiosissima che si sta rivelando vincente, ha escluso questo tipo di merce, per continuare a puntare tutto sui giocattoli tradizionali, di cui negli ultimi anni c'è stato un ritorno, sulla scia anche delle indicazioni della pedagogia. Pile di scatole da spedizione alte fino quasi al soffitto pronte per essere spedite in varie città italiane, soprattutto in questo periodo natalizio, testimoniano il ritrovato successo. Due domande, connesse tra loro, riguardanti lo stato di salute dell'industria italiana del giocattolo e l'incidenza di quella cinese, hanno avuto da Paolo Zabban queste risposte: "L'industria italiana, prima diffusa in gran parte del territorio nazionale, è circoscritta a tre o quattro marchi, per quanto importanti e noti; la produzione cinese è attualmente insostituibile, anche in esercizi commerciali di qualità, e lo è in tutto il pianeta. Un aspetto che tuttavia non si può imitare né importare è la capacità di lavoro, frutto di un'infinità di particolari e della qualità e della competenza di diverse generazioni".





Oltre che nelle librerie,
i numeri arretrati e
gli abbonamenti
si possono richiedere
alla redazione di Bologna,
via Galliera 62,
tel. 051 248787
o tramite e-mail info@lacittaonline.com
Per la consultazione on line
www.ilsecondorinascimento.it
www.lacittaonline.com

Sono intervenuti nei precedenti numeri: Nabil Al Mureden, Felice Accame, Francesco Amato, Giorgio Antonucci, Fernando Arrabal, Alessandro Atti, Giovanni Azzaroni, Antonio Baldassarre, Bachisio Bandinu, Anna Barbolini, Renato Barilli, Francesca Baroni, Fausto Battini, Gary S. Becker, Stefano Benassi, Maurizio Bendandi, Francesco Benvenuti, Joseph Berke, Claudio Bertolazzi, Stefano Betti, John Bloch, Pietro Blondi, Simona Bonciani, Mario Boetti, Marco Bongiovanni, Alberto Borghi, Filippo Borghi, Stefano Borghi, Giovanni Bracchetti, Cesare Breveglieri, Gino Buccella, Vladimir Bukovskij, Marco Buriani, Roberto Busa S. J., Enzo Busatta, Marco Cammelli, Ruggero Campagnoli, Ivonne Capelli, Paolo Capuzzi, Massimo Casolari, Ennio Cavalli, Roberto Cecchi, Leonardo Celestra, Roberto Cestari, Ruggero Chinaglia, Aldo Cicinelli, Michael Cimino, Ferdinando Cionti, Luigi Coghi, Elisabetta Costa, Ornella Cucumazzi, Antonio Curti, Roberto F. da Celano, Enrico Corsini, Cristina Dallacasa, Sergio Dalla Val, Roberto De Caro, Flavio Delbono, Alfredo De Paz, Giuseppe Di Federico, Assia Djebar, Dong Chun, Peter Duesberg, Shirin Ebadi, Vincenzo Eusebi, Paolo Fabbri, Franchino Falsetti, Luciano Fecondini, Giovanni Ferrari, Vittorio Fini, Rita Fiore, Emilio Fontela, Piero Formica, Stefano Frascari, Carlo Frateschi, Cristina Frua De Angeli, Claudio Galli, Francesco Gandolfi, Giuliano Gardi, Leonardo Giacobazzi, Claudio Gibertoni, Sara Giordano, André Glucksmann, Iader Gollini, Marcella Gollini, Enrico Grani, Rolando Gualerzi, Isabella Gualtieri, Benito Guerra, Guidalberto Guidi, Otto Hieronymi, Noam Hirsch, Aleksandr Jakovlev, Abbas Kiarostami, Evgenij Kiselëv, Boris Kurakin, Ettore Lariani, Domenico Lavermicocca, Giancarlo Lehner, Simona Lembi, Mirella Leonardi Giacobazzi, Zwi Lothane, Claudio Lucchese, Lisa Lucchini, Mauro Lugli, Giulia Luppi, Marco Macciantelli, Luigi Mai, Marco Maiocchi, Anna Majani, Arturo Malagoli, Michele Malena, Alberto Mantovani, Manuele Marazzi, Carlo Marchetti, Leonardo Marchetti, Vincenzo Martino, Paolo Mascagni, Vittorio Mascalchi, Marcello Masi, Mauro Masi, Vittorio Mathieu, Sergio Mattia, Angelo Mazza, Antonio Mazza, Giancarlo Mengoli, Virginio Merola, Lanfranco Messori, Sam Mhlongo, Massimo Michellini, Radu Mihaileanu, Aurelio Misiti, Massimo Mola, Carlo Monaco, Giampaolo Montaletti, Francesco Montanari, Ruggero Montanari, Antonio Monti, Roberto Mori, Gianfranco Morra, Paolo Moscatti, Gian Luca Muratori, Marcello Napoleone, Marina Nemat, Giuliano Negrini, Silvia Noè, Michael Novak, Lara Olivetti, Federico Olivi, Averardo Orta, Maria Donata Panforti, Davide Passoni, Luciano Passoni, Marcello Pecchioli, Luigi Pellegrini, Shimon Peres, Stefania Persico, Riccardo Petrella, Alessandro Pezzoli, Jean-Marc Philippe, Dino Piacentini, Giorgio Pighi, Domenico Pilolli, Graziano Pini, Elserino Piol, Paolo Pontiggia, Giuseppe Pozzi, Francesco Rampichini, David Rasnick, Piero Ravaglia, Jeremy Rifkin, Gianni Rigamonti, Marco Righetti, Alain Robbe-Grillet, Davide Rondoni, Roberto Ruozi, Mina Salieri, Roberto Salimbeni, Mariella Sandri, Marco Sàssoli, Gregorio Scalise, Epaminonda Scaltriti, Valerio Scianti, Martin Scorsese, Giovanni Semprini, Alberto Sermoneta, Alessandra Servidori, Maria Grazia Severi, Angelo Sferrazza, Lucien Sfez, Shen Dali, Nadine Shenkar, Annalisa Signorile, Antonella Silvestrini, Carlo Sini, Robert Sirico, Carlo Alberto Sitta, Daniele Sitta, Barbara Sofer, Manuela Solci, Anna Spadafora, Joseph Stiglitz, Simone Storci, Mirella Sturaro, Donald Sull, Viktor Suvorov, Thomas Szasz, Ferdinando Tacconi, Enzo Tardino, Francesco Terrano, Vito Totire, Aldo Trione, Matteo Scaglietti, Michele Ugliola, Masaomi Unagami, Armando Valladares, Milvia Varani, Armando Verdiglione, Gianni Verga, Luigi Giuseppe Villani, Adam Zagajewski, Giovanni Zanasi, Guido Sante Zanella, Aldo Zechini D'Aulerio, Stefano Zecchi, Sandra Zinelli, Carlo Zucchini.

Il trimestrale

LA CITTÀ
DEL SECONDO
RINASCIMENTO

è in vendita
presso le librerie di:

Bologna
Feltrinelli
v. dei Mille 12/A/B/C
Tel. 051 240302

Il secondo rinascimento
via Porta Nova 1/a
Tel. 051 228800

Carpi
La Fenice
via Mazzini 15
Tel. 059 641900

Forlì
Mondadori
c.so della Repubblica 63
Tel. 0543 35920

Milano
Feltrinelli
v. Manzoni 12
Tel. 02 76000386

Modena
Feltrinelli
v. C. Battisti 17
Tel. 059 222868

Padova
Feltrinelli
v. San Francesco 7
Tel. 049 8754630

Parma
Feltrinelli
v. della Repubblica 2
Tel. 0521 237492

Ravenna
Feltrinelli
v. IV novembre 5/7
Tel. 0544 34535

Reggio Emilia
Libreria del Teatro
v. Crispi 6
Tel. 0522 438865

Rovigo
Libreria Spazio Libri
Corso del Popolo 142
Tel. 0425 422527

Udine
La Tarantola
v. Vittorio Veneto 20
Tel. 0432 502459

Urbino
La Goliardica
P.zza Rinascimento 7
Tel. 0722 2588

Poliambulatorio Privato

CENTRO BIOMEDICO LORENZ

Curare senza farmaci

- **Elettroterapia a Biofeedback**
- **Ortopedia**
- **Fisiatria**
- **Medicina generale**
- **Tonificazione estetica**

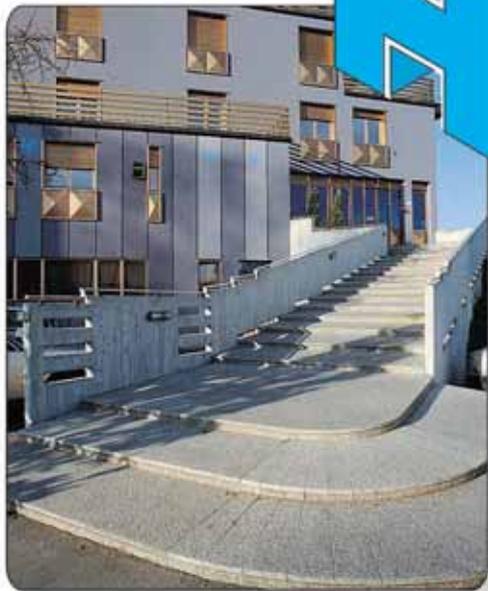
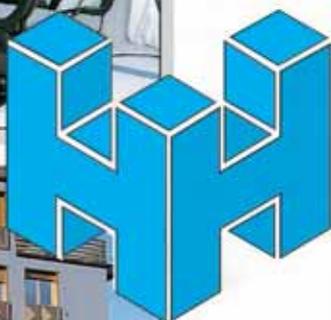


Via Garibaldi, 36 - Maranello

Tel. 0536.948327

Dir. Sanitario D.ssa Maria Chiara Cuoghi
Specialista in Endocrinologia

Scegli la tua Salute



HESPERIA

Un nome affermato
nella realtà sanitaria nazionale.
Un grande Gruppo attento
ai minimi dettagli.
La più moderna forma
di tutela della salute.
Uomini e tecnologie di spicco
a Vostra disposizione.
Ospedale privato accreditato
polispecialistico.

Sede distaccata
della Scuola di Specializzazione
in Cardiocirurgia dell'Università degli
Studi di Bologna e dell'Università
degli Studi di Modena e Reggio Emilia.

Sede europea dell'Arizona Heart Institute
altamente specializzato in Cardiocirurgia
Cardiovascolare ed Endoluminale.

Centri Diagnostici multidisciplinari
d'avanguardia.

Un dubbio pressante,
una esigenza immediata?
Rivolgetevi all'HESPERIA.
La soluzione esiste.



HESPERIA HOSPITAL OSPEDALE PRIVATO ACCREDITATO POLISPECIALISTICO

Via Arquà, 80/A - 41100 Modena
Tel. 059.449.111 - Fax 059.39.48.40
*Direttore Sanitario Dr. Stefano Reggiani
Medico Chirurgo Specialista in Cardiologia
ed Igiene e Medicina Preventiva*

HESPERIA DIAGNOSTIC CENTER

POLIAMBULATORIO PRIVATO
Via Arquà, 80/B - 41100 Modena
Tel. 059.39.31.01 - Fax 059.449.153
*Direttore Sanitario Dr. Paolo Pisi
Medico Chirurgo Specialista in Radiologia*

SINCERT

