

IMPRESE & TERRITORIO

Anno 5 - Numero 3 - Ottobre 2010

Trimestrale di informazione di **ARTIGIANCASSA**



DAVIDE SANTI

ALLA GUIDA DELL'AZIENDA DOMINICI,
ANTICO FORNO DAL 1936

SPECIALE MARCHE

LAVORO, REDDITO,
PICCOLE IMPRESE ED
ARTIGIANATO AL CENTRO
DEL PROGRAMMA DI
GOVERNO DELLE MARCHE

PRIMO PIANO

GIORGIA MELONI
IN UN PAESE CHE INVECCHIA,
L'IMPRENDITORIA GIOVANILE
E ROSA SONO LE BASI
PER RIPARTIRE

LE CONFEDERAZIONI

IL RILANCIO DEL COMPARTO
ARTIGIANO COME PREROGATIVA
DELLA RIPRESA DELL'INTERA
ECONOMIA MARCHIGIANA



ARTIGIANCASSA
GRUPPO BNP PARIBAS

| La banca per un mondo che cambia

Sommario



4

COVER STORY

Davide Santi

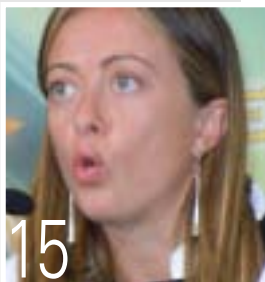
Alla guida dell'azienda Dominici, antico forno dal 1936



5

4 TERRITORIO E SERVIZI

Gian Mario Spacca, Presidente della Regione Marche
Sara Giannini, Assessore ai settori economici ed all'Innovazione della Regione Marche



15

6 ECONOMIA LOCALE

Nelle Marche emergono i servizi alle imprese e alle persone

7 LE CONFEDERAZIONI

Il rilancio del comparto artigiano come prerogativa della ripresa dell'intera economia marchigiana



16

11 ARTIGIANCASSA INFORMA

I finanziamenti di Artigiancassa contro la crisi

13 IL PERSONAGGIO

Davide Santi: Un artigiano marchigiano tra difesa delle tradizioni e investimento sull'innovazione

15 PRIMO PIANO

Giorgia Meloni
In un Paese che invecchia, l'imprenditoria giovanile e rosa sono le basi per ripartire



18

16 CONFARTIGIANATO DONNE IMPRESA

Una riunione tutta al femminile

18 IL CONVEGNO

CNA Next: verso il cambio di paradigma nella PMI



IMPRESE & TERRITORIO

Anno 5 - Numero 3 - Ottobre 2010
Trimestrale di informazione di Artigiancassa SpA
Finito di stampare nel mese di aprile 2010
Iscrizione al Tribunale di Roma n. 544 del
17/12/2007

Direttore Responsabile: Giovanni Di Leva
Editore: Artigiancassa SpA

ARTIGIANCASSA
GRUPPO BNP PARIBAS

Via Crescenzo del Monte 25/45 - 00153 Roma
Tel. 06 58 45 227
Fax 06 58 99 672
www.artigiancassa.it
comunicazione@artigiancassa.it

Redazione, progetto grafico ed impaginazione:

easygo

Via XX Settembre 65 bis - 00187 Roma
Tel 06 98874218 - 219 - Fax 06 98874220

www.easygoservice.it
segreteria@easygoservice.it
Stampa e allestimento: Mitigraf Srl
Tiratura: 5.000 copie

Copyright Artigiancassa SpA
È vietata la riproduzione, totale o parziale del contenuto della pubblicazione senza l'autorizzazione dell'Editore.



Artigiancassa è una banca “speciale”. Con questa consapevolezza ne assumo la Direzione Generale, ringraziando il Presidente Silvano Berna e gli azionisti BNL - Gruppo BNP PARIBAS e Agart per la fiducia accordatami.

La peculiarità di Artigiancassa sta nell'aver rivoluzionato il tradizionale rapporto banca-cliente: lo sportello Artigiancassa Point non è una torre d'avorio che incute timore in chi deve entrarci, ma uno spazio accogliente ed amichevole con personale competente e in grado di interpretare perfettamente le esigenze dell'associato che ha di fronte e che, in molti casi, conosce da lungo tempo.

A questo si aggiunge la gestione delle agevolazioni creditizie, che io comincio a conoscere meglio solo ora ma che gli artigiani italiani invece conoscono ed apprezzano da molti anni, e che fanno di Artigiancassa un prezioso strumento di crescita e di sostegno.

Ma tutto questo non ci basta. Molti infatti sono i dossier aperti su cui stiamo concentrando la nostra attenzione: nuove importanti opportunità di sviluppo, in una logica sempre più orientata all'offerta di prodotti e servizi ad alto valore aggiunto per le Associazioni e i Confidi artigiani e le imprese associate.

L'impegno che assumo all'inizio del mio mandato è continuare su questa strada e di cercarne sempre di nuove per fare sì che Artigiancassa sia sempre più, all'interno di un Gruppo bancario fortemente orientato al retail, la Banca vicina alla Pubblica Amministrazione, al mondo associativo, alle imprese.

Al mio predecessore Giovanni Di Leva va un sentito ringraziamento per l'eccellente lavoro svolto sin qui e per avere impostato con lungimiranza il cammino della Banca.

Imprese & Territorio, infine, continuerà a tenervi informati sulle nostre iniziative, sempre con un occhio di riguardo ai territori e agli uomini che sui territori operano dando loro lo spazio e l'attenzione che meritano.

Lavoro, reddito, piccole imprese ed artigianato al centro del programma di Governo delle Marche



Gian Mario Spacca, Presidente della Regione Marche, parla di crescita economica e coesione sociale

Sostegno al credito, creazione di nuove imprese, internazionalizzazione e Green economy

I fattori strategici del futuro: Aggregazione, ricerca, innovazione, sostegno al credito

Presidente, nei primi 100 giorni del suo Governo quali sono i principali risultati conseguiti?

Già molti gli atti avviati, a partire dal tema del lavoro e del sostegno alle Pmi. La tutela dell'occupazione e il sostegno alle imprese ci hanno guidato nella passata legislatura e continuano a guidarci. Su questo versante, da ricordare i fondi di garanzia per l'accesso al credito di cui hanno beneficiato 7.898 piccole imprese con 337 milioni di euro di finanziamenti, i sostegni alla creazione di nuove imprese, il prestito d'onore per 500 nuove attività all'anno. La misura di riduzione, fino all'azzeramento, dell'addizionale regionale Irap per le imprese che assumono da 1 a 4 persone a seconda delle dimensioni aziendali, ha poi centrato nel segno: già 3.716 le imprese che ne hanno beneficiato. Tra le altre azioni intraprese, l'accordo per l'attivazione di 60 milioni di euro aggiuntivi di ammortizzatori sociali in deroga che, insieme al Fondo Sociale Europeo della Regione, hanno portato a una dotazione complessiva nel biennio 2009-2010 di 150 milioni di euro, i contributi e contratti di solidarietà, le agevolazioni sanitarie e i buoni studio per le famiglie colpite dalla crisi.

Oltre all'impegno profuso per sostenere le imprese ed il mercato del lavoro, quali risultati avete conseguito in questo periodo?

In materia di internazionalizzazione e promozione, altro punto di forza della nostra azione di governo, grande successo hanno riscosso la mostra itinerante che la Regione ha dedicato in Cina a Padre Matteo Ricci (500mila visitatori) e la presenza all'Expo di Shanghai, il riconoscimento della Macroregione adriatica con obiettivo 2014 sancito ad Ancona nella riunione dei ministri degli otto Paesi Iai (Iniziativa adriatico-ionica), la conferma delle Marche quale capofila delle Regioni per le attività produttive e componente del Comitato delle Regioni a Bruxelles. E ancora, per la sanità, l'approvazione del Piano socio-sanitario 2010-2012, la proposta di legge sulla riorganizzazione del sistema sanitario, il rafforzamento del ruolo delle farmacie, la sottoscrizione del 2° stralcio del programma degli investimenti. L'accordo per le politiche a sostegno della non autosufficienza per oltre 46 milioni di euro, è poi un impegno straordinario per le Politiche sociali. Per la Green economy, stanziato un fondo di 8 milioni di euro per progetti di energie rinnovabili e risparmio. Risultati rilevanti anche per le infrastrutture, con l'approvazione da parte del Cipe del progetto Uscita a Ovest, l'apertura del primo tratto di ter-

za corsia dell'A14 e dello svincolo stradale di Interporto.

Come integrare questi risultati alle politiche legate alla Green economy, piuttosto che all'internazionalizzazione delle imprese?

La Green economy, per la quale è stata predisposta una delega ad hoc, rappresenta un progetto strategico che attraversa tutti gli aspetti della vita di una comunità, la chiave per coniugare crescita, valorizzazione del territorio e salute, la strada per continuare a garantire sviluppo, a fronte dei drammatici tagli della manovra economica nazionale che sottrae alle Marche 148 milioni di euro su un totale di 221. Lo abbiamo visto nel 2009, quando la Green economy, in grado di creare occupazione e reddito nel segno dell'innovazione e della sostenibilità, ha fornito un'ottima risposta alla crisi. E' per questo che vogliamo fare dell'economia verde una strategia complessiva di sviluppo per il territorio: le previsioni parlano di 25.000 posti di lavoro potenziali per le Marche in questo settore. Quanto all'internazionalizzazione, la nostra strategia coniuga la promozione delle Marche all'estero come proposta integrata di cultura, turismo, stile, con misure di incentivazione per le imprese, come i bandi per il sostegno all'internazionalizzazione da parte delle Pmi.

Quali saranno le azioni per rimettere in moto l'economia delle piccole e medie imprese?

Aggregazione, ricerca, innovazione, sostegno al credito sono le parole chiave. La politica industriale della Regione è fortemente orientata verso questi obiettivi e lo sarà anche in futuro: su ciascuna di queste linee d'azione abbiamo, infatti, adottato strumenti specifici per sostenere le imprese. Ne sono un esempio i bandi per i contributi alle reti di imprese, quelli per incentivare la leva finanziaria per l'aggregazione intesa a superare il vincolo dimensionale, i fondi di garanzia per l'accesso al credito, il prestito d'onore per nuove attività o le misure per sostenere la ricerca e l'innovazione. Siamo la regione più artigiana d'Italia ed è per questo che continuiamo a dedicare una particolare attenzione alle piccole imprese, fulcro del nostro tessuto produttivo.

Per questo, proprio il 27 settembre scorso abbiamo approvato l'intervento "Miglioramento dell'accesso delle piccole e medie imprese agli appalti pubblici nella regione Marche" e adottato le linee direttrici relative allo Small business act (Sba), per promuovere maggiore competitività tra le piccole e medie imprese.

Un ruolo di stimolo per orientare le politiche di sviluppo delle imprese artigiane

Assessore Giannini, attualmente, è ancora competitivo il modello di sviluppo delle Marche?

Qualcosa è cambiato intorno a noi e non solo per i titoli tossici; il mercato globale, al di là dei facili giudizi è oggi una realtà con la quale fare i conti. Non importa se si è grandi o piccoli. La questione è che ciascuno deve esaltare le sue qualità e attenuare le debolezze. Il modello marchigiano poggia sulle PMI, sulla loro flessibilità e capacità di adattamento al mercato, sulla professionalità delle maestranze, sulla coesione e sulla creatività dei prodotti: tutte qualità da esaltare. Certo le debolezze del modello si chiamano difficoltà di innovazione, dispersione, scarsa ricerca, difficoltà di accesso al credito. Questi sono i punti di debolezza da attaccare anche attraverso l'intervento pubblico.

Quali sono gli assi di sviluppo per affrontare le incertezze del futuro?

La circostanza ha implicato, negli anni scorsi, che il perseguimento della competitività regionale si basasse nella promozione dell'innovazione, delle competenze distintive, delle infrastrutture di supporto all'innovazione e all'internazionalizzazione, dell'efficienza della Pubblica Amministrazione su temi come regolamentazione e semplificazione. Una strategia regionale vincente che, in un contesto economico sempre più aperto alla competizione globale e sempre meno garantito dai trasferimenti pubblici, deve perseguire i seguenti obiettivi che costituiranno la base del prossimo piano per le attività produttive e lavoro:

1. il miglioramento della qualità e della capacità innovativa del sistema produttivo regionale;
2. l'accesso al credito e la finanza innovativa;
3. il rafforzamento della presenza internazionale e nelle reti globali di riferimento delle imprese;
4. lo sviluppo di nuove professionalità e delle nuove imprese della conoscenza;
5. La semplificazione, il decentramento, la regolamentazione e le liberalizzazioni.

Come si inserisce l'artigianato, e la piccola impresa, in questa idea di sviluppo e nelle politiche che intendete adottare?

L'artigianato e la piccola impresa è il cardine dell'economia delle Marche ed è quindi evidente che le politiche di sviluppo poggiano su questa tipologia di impresa. Certo qualsia-

si idea di sviluppo non può prescindere dalla disponibilità finanziaria ed il Governo centrale in questo non aiuta: il taglio drastico delle risorse per il Fondo Unico per le imprese ci costringe ad una riconsiderazione delle politiche di sostegno della piccola e media impresa e dell'artigianato, sacrificando magari gli interventi di nicchia a favore delle azioni di più vasta platea e incidenti nella struttura produttiva sulla base degli obiettivi sopra richiamati.

Quali sono stati i principali effetti della crisi sul sistema socio-economico regionale?

Fortunatamente la Giunta Regionale già sul finire del 2008 ha adottato una serie di misure per tamponare gli effetti della crisi globale agendo sia sul sostegno al reddito dei lavoratori sia impedendo un deterioramento irreversibile del rapporto delle PMI con il sistema creditizio. E' stato da tutti evidenziato come il sistema di garanzia messo in campo (primo e secondo grado) sia riuscito a contenere gli effetti della stretta creditizia e a congelare una situazione che avrebbe potuto portare il sistema marchigiano al collasso. Anzi proprio dalla buona pratica adottata è nato un nuovo rapporto di fiducia e di collaborazione tra pubblico, imprese e sistema creditizio.

Per il futuro, quale ruolo intendete conferire alle banche, ed in particolare ad Artigiancassa?

Le Banche siedono, attraverso la rappresentanza associativa dell'ABI al tavolo di concertazione delle politiche industriali e verranno chiamate a concertare con noi e con le associazioni i prossimi interventi a sostegno delle imprese. Artigiancassa ha un ruolo particolare. La gara per la gestione delle ex leggi 949/52, 240/81 e 1068/64, aggiudicata a questa banca, prevedeva un cambiamento radicale rispetto al passato nella gestione degli interventi: non più una mera amministrazione burocratica e finanziaria degli interventi ma lo svolgimento di un ruolo di stimolo e di servizio nel territorio per orientare ed ottimizzare le politiche di sviluppo delle imprese artigiane. Il modello che Artigiancassa ha proposto, basato su una effettiva presenza nel territorio attraverso gli sportelli associativi, appare funzionale agli obiettivi che la Giunta ha adottato: anche qui fondamentale è un salto culturale da parte delle imprese, delle associazioni, della banca che si riconoscono in un rapporto di collaborazione e non di incontro di particolarismi.



Sara Giannini, Assessore ai settori economici ed all'innovazione della Regione Marche, presenta il Piano per le attività produttive e il lavoro

Una sinfonia è ben suonata se l'orchestra è ben guidata e se ha bravi componenti: questo è il modello Marche

Il modello che Artigiancassa ha proposto nelle Marche appare funzionale agli obiettivi

Un sistema di garanzie per affiancare le PMI nell'accesso al credito



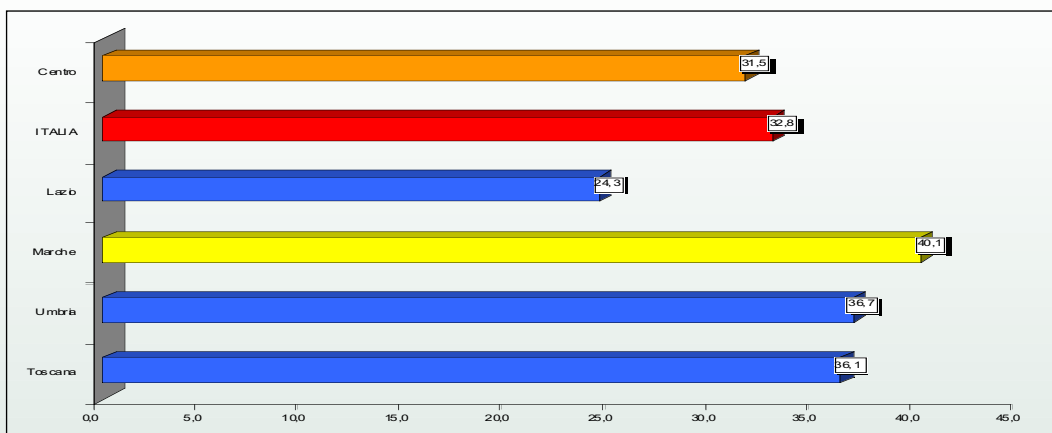
I primi sei mesi del 2010 hanno mostrato una regione che, come il dio Giano, presenta due distinte facce. Da un lato i settori delle costruzioni e del manifatturiero, in cui si è radicata nel corso degli anni la componente artigiana, stanno "perdendo pezzi", dall'altro si assiste ad un trend di consistente aumento delle iniziative imprenditoriali artigiane nel terziario. Gli artigiani del ventunesimo secolo stanno nelle Marche assumendo "le sembianze" di professionisti della comunicazione, dei servizi alle imprese e alle famiglie. La crescente domanda di servizi personalizzati apre, quindi, le porte ad un nuovo modo di fare l'artigiano proprio nella regione che ha fondato, da tempo immemore, i suoi successi sull'artigianato di produzione. Nuove opportunità di impresa vengono colte anche nelle attività culturali, sportive e di intrattenimento, come pure nelle professioni scientifiche e tecniche. L'artigiano non è più solo un artista, un artifex come dicevano i latini, ma un professionista completo che coglie in campi molto diversi le opportunità di mercato e che mostra grande competenza tecnica.

Nelle Marche emergono i servizi alle imprese e alle persone

LE MARCHE NEL CONTESTO ITALIANO

Le Marche rappresentano da sempre il fiore all'occhiello dell'imprenditoria artigiana del nostro Paese: 4 aziende su 10 sono, infatti, artigiane, posizionandosi la regione ben al di sopra della media nazionale che a giugno 2010 conta 3,3 imprese artigiane su 10 totali. Anche nel contesto dell'Italia centrale, territorio storicamente connotato da una grande sedimentazione di iniziative imprenditoriali artigiane, le Marche sveltano, superando Toscana e Umbria di oltre 3 punti percentuali e distanziandosi nettamente dall'incidenza registrata nel Lazio (40,1% a fronte del 24,3%). In Italia, infine, soltanto la Valle d'Aosta, pur nella sua ridotta compagine imprenditoriale complessiva, presenta un peso delle imprese artigiane più rilevante delle Marche (40,2%).

Distribuzione regionale dell'incidenza delle imprese artigiane sul tessuto imprenditoriale extra-agricolo (Valori percentuali;Giugno 2010)



LE ATTIVITÀ "IN" E "OUT" NELLE MARCHE

Le Marche hanno visto per lungo tempo una spiccata concentrazione delle attività artigiane nel comparto manifatturiero e nelle costruzioni. Basti pensare che in questo ultimo settore si contano ancora, a giugno 2010, circa 18,3 mila imprese, ossia il 36,3% dell'imprenditoria artigiana complessiva della regione. Anche l'industria non "è da meno", visto che sono attive oltre 15,2 mila imprese, che rappresentano il 30,3% del tessuto artigiano marchigiano. Considerate, quindi, le dimensioni dei due settori non stupisce che nelle attività terziarie trovi posto una quota pari al 28,1% dell'artigianato regionale. Pur tuttavia i servizi stanno assumendo un ruolo rilevante nel panorama delle Marche, in quanto nei primi sei mesi dell'anno si registrano vere e proprie "esplosioni" in molte attività terziarie. È il caso, ad esempio, delle attività di noleggio e dei servizi di supporto alle imprese (+4,9% l'aumento rispetto a giugno 2009), come pure dei servizi di informazione e comunicazione (+3%). Non vanno poi trascurate le attività orientate alla soddisfazione della domanda attivata dalle famiglie, quali le attività artistiche, sportive e di intrattenimento che presentano interessanti margini di crescita.

In netto ridimensionamento si presentano, invece, proprio le attività manifatturiere tradizionali, quali l'abbigliamento (-4,3%) o la filiera del legno-mobilia (-5%), come pure il settore edile che registra, nel comparto delle costruzioni di edifici, un calo del 4,8% negli ultimi dodici mesi.

Distribuzione delle imprese artigiane* per macrosettore e variazioni per comparto produttivo nelle Marche (Valori assoluti Giugno 2010 e variazioni % rispetto al Giugno 2009)

	Giugno 2010		Var. % Giugno 2010 / Giugno 2009			
	V.A.	%				
Industria in senso stretto	15.235	30,0	Noleggio, ag. di viaggio serv. di supporto alle impr.	+4,9	Confezioni di articoli di abbigliamento	-4,3
Costruzioni	18.293	36,3	Attività dei servizi di ristorazione	+3,5	Costruzione di edifici	-4,8
Commercio e riparazioni	2.684	5,3	Servizi di informazione e comunicazione	+3,0	Fabbricazione di prodotti in metallo	-4,8
Altre attività terziarie	14.149	28,1	Attività artistiche, sportive, di intrattenimento	+1,9	Industria del legno e dei prodotti in legno	-5,0
Totale imprese artigiane	50.361	100,0	Altre attività professionali scientifiche e tecniche	+0,5	Trasporto terrestre e mediante condotte	-5,1

*Al netto delle imprese Non classificate
Fonte: nostre elaborazioni su dati Infocamere

Fonte: Nostre elaborazioni su dati Infocamere

Il rilancio del comparto artigiano come prerogativa della ripresa dell'intera economia marchigiana

Aggregazioni e reti per essere presenti su tutti i mercati internazionali, grazie anche alle specificità del sistema produttivo marchigiano. Sostegno economico pubblico per le piccole e medie imprese, tramite politiche di defiscalizzazione e di sostegno alla cassa integrazione temporanea. Un ruolo centrale per i Confidi regionali in sinergia con Artigiancassa, per sostenere la domanda di credito e gli investimenti delle aziende artigiane. Sono queste le priorità indicate dalle Associazioni di categoria marchigiane da seguire per non restare indietro nella rincorsa verso la ripresa dell'economia locale.

L'importanza di sostenere con forza le imprese artigiane è confermata dal fatto che le Marche sono la regione più "artigiana" d'Italia, e in particolare quella con la più alta percentuale di valore aggiunto prodotta dall'artigianato (19,7 per cento) davanti al Veneto che si ferma al 16,1 per cento. Nell'artigianato marchigiano trova lavoro il 27,6 per cento degli addetti e ci sono 3,3 aziende artigiane ogni 100 abitanti.

"Per le 158 mila imprese marchigiane, di cui oltre 50 mila artigiane," afferma il **Presidente Regionale della Cna Marche, Renato Picciaiola** *"la crisi ha rappresentato un passaggio epocale e niente sarà più come prima. Se prima le nostre produzioni si rivolgevano prevalentemente al mercato locale ed all'Europa, oggi siamo in piena globalizzazione e siamo aperti alla concorrenza ma anche alle opportunità offerte dai mercati emergenti. Per affermare nel mondo le nostre produzioni, dobbiamo imparare a fare sistema sempre di più e sempre meglio, puntando ad esportare non la singola scarpa o il tal formaggio ma il territorio marchigiano tutto insieme, con l'artigianato, la cultura, l'enogastronomia, l'ambiente"*.

"Ecco perché l'impegno del singolo imprenditore non basta più – prosegue



Renato Picciaiola
Presidente Regionale Cna Marche

Giorgio Cippitelli - Segretario
Regionale Confartigianato Marche

sempre Picciaiola – *Serve lo sforzo congiunto di Regione e enti locali associazioni di categoria, istituti di credito e sistema camerale per valorizzare ovunque il Made in Marche, meglio se attraverso la creazione di un unico marchio di qualità immediatamente riconoscibile"*.

L'impegno di tutti, auspicato dalla CNA ma anche da tutte le altre principali Associazioni di categoria locali, è più che mai urgente oggi perché la crisi nelle Marche non è passata e si ripercuote ancora sul tessuto delle imprese artigiane. Secondo Bankitalia *"la ripresa dell'economia marchigiana, avviata nella seconda metà del 2009 e proseguita nei primi mesi del 2010, appare ancora debole e incerta, circoscritta ad alcune imprese eccellenti, diffuse tra i settori e solidamente radicate nei mercati internazionali"*.

In altre parole, la domanda interna non riparte, la stagnazione del reddito disponibile induce a ridimensionare anche i consumi alimentari dopo quelli di beni durevoli, la domanda estera non consente di compensare la riduzione della domanda interna perché l'export sconta politiche di promozione e di immagine a livello nazionale meno efficaci di quelle condotte da altri Paesi dell'Unione Europea.

Oltre a questi elementi, un'altra causa della crisi dell'economia reale, come afferma **Giorgio Cippitelli, Segretario Regionale della Confartigianato Marche**, *"è determinata dall'irrigidimento generalizzato della concessione di credito da parte delle banche e dalla carenza di liquidità che ha colpito la quasi tota-*

lità delle micro imprese marchigiane, in un quadro peraltro in cui le regole di Basilea 2 hanno funzionato in maniera anticiclica. In tutto ciò, gli unici e flebili segnali di vicinanza al mondo delle imprese marchigiane sono provenuti quasi esclusivamente dalle Banche del territorio".

Conferma del fatto che nelle Marche l'impatto della recessione è

stato più marcato nel confronto con l'Italia viene anche dal **rappresentante della Regione Marche in tema di artigianato e PMI, Rolando Amici**, secondo il quale *"un impatto così rilevante è dovuto essenzialmente ad alcune caratteristiche strutturali della sua economia, quali l'elevata propensione alle esportazioni, il maggior peso dell'industria e la specializzazione nel comparto della moda e dei beni di consumo a uso durevole, il cui acquisto può essere più facilmente rinviato dalle famiglie nei periodi di crisi"*.

Tra i principali comparti manifatturieri regionali, la flessione è stata rilevante per le calzature (anche se il recente Micam - Fiera calzatura - ha dato segnali soddisfacenti specie sul prodotto di qualità) e per il comparto del legno-mobilia, ancora più intensa per la meccanica, come confermato dal Centro Studi Sistema della Cna Marche, che sottolinea come *"le dinamiche congiunturali si differenzino significativamente tra i principali settori di attività dell'artigianato marchigiano ma le maggiori difficoltà riguardano ancora i principali settori manifatturieri regionali (meccanica, legno-mobile, calzature e tessile e abbigliamento)"*.

Percezioni condivise anche dal **Presidente Regionale di Casartigiani Marche, Claudio Massa**, il quale conferma che *"in generale la congiuntura (o se vogliamo, per essere sempre ottimisti come lo sono i nostri artigiani, il periodo di stagnazione economica), ha toccato generalmente tutti i settori dell'artigianato, con particolare riferimento al manifatturiero"*.



Claudio Massa - Presidente
Regionale Casartigiani Marche



Silvano Gattari
Segretario regionale Cna Marche

Occorre poi sottolineare come le aziende artigiane che lavorano nella subfornitura e lungo le filiere - tipologia di imprese, questa, assai presente nel tessuto produttivo marchigiano, specie in alcune aree distrettuali - risentano spesso della congiuntura con tempi differiti rispetto alla azienda committente, per cui la crisi è stata avvertita in maniera non uniforme sul complesso del territorio marchigiano.

Rispetto a questo scenario, l'impatto negativo della crisi sul fronte dell'occupazione del settore artigiano marchigiano, sottolinea **Cippitelli** di Confartigianato, "è stato parzialmente attenuato dalle azioni messe prontamente in campo dalle Istituzioni, con il supporto fondamentale ed insostituibile della bilateralità (all'interno della quale il ruolo delle Associazioni Artigiane è di primaria importanza). Si è trattato di interventi orientati principalmente alla salvaguardia dell'occupazione in essere, con i quali si è tentato, in parte riuscendovi, di evitare i licenziamenti nelle imprese artigiane e nelle PMI. In effetti il numero degli occupati si mantiene costante, dal momento che se da un lato diminuiscono lievemente i dipendenti, dall'altro aumentano gli indipendenti, cioè le imprese".

"Tra aprile 2009 e aprile di quest'anno" - sostiene il **Segretario Regionale della Cna Marche Silvano Gattari** - "gli occupati dipendenti sono scesi, nella nostra regione, da 497 a 477 mila, con una perdita di 20 mila posti di lavoro. Sarebbe stata una tragedia per il tessuto produttivo e sociale marchigiano ma, per fortuna, ancora più rilevante è stato l'incremento dei lavoratori indipendenti, che sono saliti da poco meno di 160 mila a quasi 181 mila, con una crescita di 21 mila posti di lavoro. Si tratta di un segnale di grande vitalità del nostro sistema di piccole e medie imprese e del lavoro auto-

no, unica diga contro la crisi occupazione che soffrono i grandi gruppi industriali. Un segnale che le istituzioni non possono assolutamente sottovalutare nell'elaborazione delle politiche e nell'assegnazione dei finanziamenti a sostegno del sistema produttivo".

"Partite Iva, lavoratori autonomi, professionisti, imprenditori agricoli, artigiani. È

questa la linea del Piave del mercato del lavoro marchigiano", come sottolineato da **Sergio Giacchi, responsabile della Comunicazione della Cna Marche**. "Sono loro a difendere l'occupazione ed a far sì che le Marche, nel primo trimestre 2010, siano l'unica regione insieme alla Valle D'Aosta, all'Abruzzo e al Molise a registrare una riduzione del tasso di disoccupazione (dal 6 al 5,6 per cento) rispetto ai primi tre mesi dell'anno precedente, tale da far risalire la regione dal nono al terzo posto come percentuale di disoccupati, preceduta solo da Val D'Aosta e Trentino Alto Adige".

In prospettiva permangono comunque forti preoccupazioni per i livelli occupazionali, a causa del prossimo termine di alcuni ammortizzatori sociali come la Cig in deroga. In assenza di un ulteriore intervento, però, si rischiano forti tensioni sociali specie per il comparto artigiano che fino ad oggi ha potuto contenere le perdite grazie, appunto, agli ammortizzatori sociali.

Anche per questo motivo, accanto alla cassa integrazione per le categorie maggiormente colpite dalla crisi, sono state messe in atto dal governo regionale numerose altre misure (Fondo di Garanzia per le imprese, sostegno al reddito delle famiglie) le quali hanno consentito sino ad oggi di attutire l'impatto della recessione nel territorio marchigiano, come sottolineato fra l'altro da **Cippitelli** di Confartigianato, il quale conferma come "centrale per la difesa dei livelli occupazionali e del reddito dei marchigiani, si è rivelato il ruolo della Regione".

In particolare il Fondo di solidarietà - fondo di garanzia di secondo grado per il consolidamento delle passività e la ristrutturazione del debito delle PMI - con una dotazione di circa 14 milioni versati da regione, province e CCIAA, ha assistito

7.898 piccole imprese con 337 milioni di euro di finanziamenti garantiti.

"Per quanto riguarda invece il territorio e il sostegno allo sviluppo - evidenzia **Gattari** della Cna - la Regione ha deciso di concentrare tutte le risorse sulle green economy e sugli investimenti per le energie rinnovabili, con un fondo di 8 milioni di euro per finanziare progetti di risparmio energetico ed energie alternative. Quello che chiediamo noi sono interventi che possano avere un impatto diretto sulla struttura delle nostre imprese, con particolare riguardo a quelle di minori dimensioni e su questo ci confronteremo con la Regione. Pensiamo alla produzione di energia rinnovabile ma anche alla ristrutturazione di pezzi del nostro tessuto urbano, con il coinvolgimento delle piccole imprese edili e di manutenzione, attraverso interventi finalizzati al risparmio energetico e a dare più competitività a molti comparti della nostra economia. Sono queste le strade da prendere per uscire dalla crisi prima e più velocemente di altre regioni".

Quella che sembra mancare ancora, però, sembra essere una politica a più lungo respiro, che tuteli il comparto non solo in questo momento di crisi, ma che favorisca un ulteriore sviluppo, quantitativo e qualitativo, dell'intera produzione artigianale locale, come sostiene in particolare **Cippitelli** di Confartigianato, secondo il quale "se le Istituzioni regionali e provinciali si sono mosse prontamente per mettere in campo le misure volte a tamponare l'emergenza occupazionale, ora stentano, in quanto carenti di una visione prospettica sul medio e lungo periodo, a porre in essere progetti e azioni per favorire l'effettiva uscita dalla crisi e la ripresa delle imprese".

In tal senso una componente da sostenere con maggiore intensità a livello pubblico - locale e nazionale - è senza dubbio rappresentata dagli investimenti nella ricerca e sviluppo, che riguardano non solo le imprese che producono o concorrono a produrre beni strumentali (e che sono spesso artigiane, tecnologicamente ben dotate e dinamiche sui mercati non solo locali) ma anche e soprattutto quelle imprese che tuttora non possono permettersi di investire in nuove tecnologie e sono così costrette a operare in svantaggio rispetto alla concorrenza estera.

"Allo stesso modo, occorrerebbero azioni a sostegno dei Sistemi Associativi per l'infrastrutturazione di servizi per l'innovazione e per la messa in rete delle



Giuliano Drudi
Presidente Fidimpresa Marche



Roberto Esposito - Responsabile del
Credito in Confartigianato Pesaro

micro e piccole imprese con il mondo dell'Università e dei centri di ricerca. In tal modo, le Associazioni potrebbero svolgere l'importante ruolo di "mediatori della conoscenza" - aggiunge **Cippitelli** di Confartigianato. "Oltre agli investimenti sulla conoscenza, altre azioni che consideriamo importanti per supportare le imprese a riacquistare competitività sono quelle che le possono supportare ad aumentare la propria vicinanza con il mercato e la rete commerciale".

In realtà "l'immobilità delle politiche industriali nazionali, nonché la mancanza di strategie e di serie politiche infrastrutturali, non permettono" - secondo **Giuliano Drudi, Presidente di Fidimpresa Marche** - "di configurare le condizioni minime per nutrire l'ottimismo necessario a investire. Ma non è solo l'incertezza che frena la disponibilità degli artigiani a effettuare nuovi investimenti: il credito cooperativo artigiano compensa solo in parte le difficoltà finanziarie delle imprese artigiane strette tra la morsa dei clienti che pagano in forte ritardo e la necessità di non strozzare i fornitori applicando ad essi le stesse condizioni. La stessa indisponibilità a nuovi investimenti frena le possibilità di diminuire la capacità produttiva installata (inutilizzata per gran parte da molte imprese artigiane) e obbliga a sostenere costi fissi insostenibili. In questo contesto è vero che rileviamo una tensione minore nell'erogazione del credito da parte delle banche, ma permane ancora un forte squilibrio tra i pochi investimenti ed i molti consolidamenti ai quali i finanziamenti vengono destinati".

In sintesi, se oggi il credito non è più l'emergenza che era un anno fa, le imprese continuano ad avere problemi ad ottenere i finanziamenti necessari per spingere la ripresa. Ci si interroga, quindi, su come stiano rispondendo gli istituti ban-

cari alle istanze dell'imprenditoria marchigiana, e In particolare si è chiesto agli intervistati se anche il mondo artigiano abbia avvertito un "allargamento delle maglie" dopo mesi di stretta creditizia, che a sua volta generava un circolo vizioso per l'intera economia nazionale.

"Come per la pesca, anche per il credito sembrano essersi

allargate le maglie della rete, ma il rischio è che proprio i piccoli sfuggano: la ripresa dei rapporti proficui con le banche vede una cautela ed attenzione nella erogazione dei flussi finanziari sconosciuta prima ed è diventato dirimente il ruolo delle garanzie e dei Confidi". dichiara **Amici**, che all'interno della Regione Marche si occupa anche di Promozione del Credito Agevolato e di Finanza innovativa.

Una maggiore apertura delle banche alle istanze dell'imprenditoria artigiana, quindi, che a tutt'oggi sembra ancora essere più un auspicio che un'effettiva realtà. "In questa fase, con la crisi che speriamo di lasciarci alle spalle, dopo un periodo di sofferenza generalizzata, avremmo veramente bisogno di un forte sostegno attraverso un più facile accesso al credito, in particolare con interventi delle banche locali, che conoscono a fondo le nostre imprese" - dichiara **Massa** di Casartigiani Marche. "L'apertura rapida di nuove e sostanziali linee di credito, favorirebbe la ripresa completa, con particolare riferimento verso quelle imprese che hanno investito in proprio (mettendo nell'impresa i risparmi di anni, alcune vendendo anche qualche immobile di proprietà) per tenere testa alla crisi, mantenere inalterata l'occupazione, e non chiudere bottega".

"Ovviamente non si chiede alle banche di erogare il credito senza gli opportuni criteri di prudenza e senza rispettare i propri equilibri di bilancio" evidenzia **Cippitelli** di Confartigianato. "Esse però devono mostrare nei fatti un nuovo approccio nei confronti degli imprenditori, i quali non hanno perso la voglia di investire sulla propria azienda e di reagire alla crisi. Occorre quindi un'attenta valutazione da parte delle Banche delle iniziative già prese o decise dall'imprenditore per uscire dalla crisi (in

termine di riduzione dei costi, miglioramento dei prodotti, ricerca di nuovi mercati) e, in tale ottica, occorrerebbe una maggiore elasticità nella valutazione dei singoli casi e non le rigide regole di Basilea 2 e di quelle che si stanno prospettando con Basilea 3".

In tale contesto, non va sottovalutato il ruolo essenziale per la ripresa da parte delle banche locali, come sottolineato fra l'altro dallo stesso rappresentante della Regione Marche, **Amici**, secondo cui "territorialità e prossimità decisionale sono un elemento sostanziale nelle politiche per il credito alle PMI".

"Se la crisi ha avuto effetti meno dirompenti di quelli che si sarebbero potuti verificare - aggiunge **Giacchi** di CNA - bisogna quindi ringraziare in primo luogo i Confidi a carattere locale, che in questo biennio hanno svolto un ruolo fondamentale, sostenendo il fabbisogno di liquidità delle imprese con grande senso di responsabilità. Se oggi il credito non è più l'emergenza che era un anno fa, le imprese continuano ad avere problemi ad ottenere i finanziamenti necessari per spingere la ripresa".

"Grazie ai confidi la stretta creditizia è stata alquanto mitigata nel corso del 2009 e 2010 - rimarca **Roberto Esposito, Responsabile del Credito in Confartigianato Pesaro** - per cui l'assistenza che dobbiamo fornire alle micro imprese è sempre più indispensabile al fine di ottenere credito: non a caso oltre il 90% delle imprese che si rivolgono ai confidi ottiene credito, garantito con percentuali sempre più alte".

L'apertura rapida ed accelerata di linee di credito per la ripresa dell'intero comparto artigiano (fatte salve le garanzie concesse nei confronti degli istituti di credito), però, si dimostra essenziale solo se è tempestiva, come sottolineato da **Amici**. "Il recente riconoscimento di tre Confidi quali intermediari finanziari 107 consente in più un salto di qualità nella concessione di garanzie che avrà una ricaduta sull'andamento dei tassi. In tal senso è stato avviato il confronto con l'ABI proprio con lo scopo di individuare linee di credito sulle singole misure di intervento da attivarsi attraverso una azione sinergica che preveda: certezza della provvista, trasparenza dei tassi, agevolazione in conto interessi e garanzia".

Un generale consenso all'operato dei Confidi viene quindi espresso dalle varie Associazioni di categoria artigiane, e in generale da tutto il mondo produttivo e



Giancarlo Gagliardini
Direttore Fidimpresa Marche

Luigi Tagliaferro - Direttore
Regionale Artigiancassa Marche

finanziario marchigiano. **Cippitelli** di Confartigianato, in particolare, mette in luce come “sul tema della garanzia, da oltre 50 anni i confidi rappresentino il principale supporto delle micro e piccole imprese nella delicata fase dell’accesso al credito. Tale ruolo è diventato ancora più essenziale con l’attuale crisi economico-finanziaria, dal momento che in una situazione generalizzata di rallentamento del credito concesso l’unico segnale in controtendenza è dato dal credito intermedio dal mondo dei Confidi. Nelle Marche, ove oltre il 76% delle imprese artigiane sono associate ai Confidi, i volumi garantiti dal sistema unitario dei Confidi della Confartigianato regionale nel primo semestre dell’anno sono aumentati in media del +15% rispetto allo stesso periodo dell’anno passato. Segnale questo, dell’importanza che le banche riconoscono alla loro garanzia e al patrimonio informativo sul mondo delle imprese detenuto dagli stessi e dalle Associazioni Imprenditoriali di cui sono emanazione. In questa ottica, i confidi si sono quindi dimostrati ottimi ammortizzatori della crisi, contribuendo ad attenuare l’impatto della stessa per le micro, piccole e medie imprese sul fronte dell’accesso al credito, offrendo le garanzie per consentire agli imprenditori di ottenere i finanziamenti necessari ad effettuare investimenti e salvaguardare l’occupazione”.

“Tra l’altro le aziende che si rivolgono a noi - dichiara **Giancarlo Gagliardini, Direttore di Fidimpresa Marche** - non sono necessariamente quelle più deboli nel rapporto con le banche. Più semplicemente le aziende vedono in Fidimpresa, e in generale nei Confidi, un partner ideale per tutta l’attività finanziaria dell’azienda, grazie alla competenza ed alla conoscenza del sistema produttivo e delle singole imprese, che può mettere in campo”.

Gattari di CNA, fra gli altri, sottolinea che “Artigiancassa, anche in questo periodo di crisi, è rimasta per gli artigiani marchigiani un importante punto di riferimento nell’accesso al credito agevolato. Coerentemente con le esigenze espresse dalle imprese, che hanno privilegiato i finanziamenti per l’acquisto di macchinari, lo scorso anno, di concerto con la Regione, è stato modificato il regolamento, favorendo linee di credito finalizzate all’innovazione di processo e di prodotto”.

Cippitelli di Confartigianato evidenzia, poi, come “l’analisi dell’operato Artigiancassa nel contesto regionale va fatta principalmente con riguardo a due ambiti:

- L’operatività di Artigiancassa quale gestore dei contributi ex LL.949/52 e 240/81;
- La partnership avviata con l’attivazione degli Artigiancassa Point presso le sedi delle Associazioni e dei Confidi”.

Nel primo ambito, si è consolidato un clima costruttivo e di collaborazione con Artigiancassa, volto a rendere gli strumenti agevolativi sempre più rispondenti alle esigenze delle micro e piccole imprese artigiane soprattutto a seguito dell’aggiudicazione del bando di gara per la gestione dei contributi, ottenuta anche grazie alla partnership con le Associazioni Artigiane di Confartigianato e CNA delle Marche.

Nel caso dell’attivazione degli Artigiancassa Point, invece, prosegue **Cippitelli**, “l’indubbio valore del progetto, basato su processi innovativi ed informatizzati con tecnologie all’avanguardia e la vicinanza con il territorio grazie ad un’offerta incentrata sulla rete capillare delle Associazioni e dei Confidi artigiani, si è scontrato con alcune difficoltà sui tempi di risposta alle imprese e certezza della stessa; difficoltà che ci auspichiamo

Conoscenze e competenze che sono proprie dell’intero sistema dei Confidi il quale si propone, insieme ad Artigiancassa, di gestire sul territorio la concessione del credito. A detta di tutti gli intervistati, infatti, Artigiancassa in questi ultimi tempi ha fatto grandi passi avanti, soprattutto nell’innovazione di prodotto, ad esempio con le pratiche on line.

mo possano essere rapidamente superate, così da dare nuovo vigore e slancio alla positiva partnership avviata”.

“Se vuole radicarsi sul territorio e raggiungere volumi di credito significativi - aggiunge **Gagliardini** di Fidimpresa Marche - Artigiancassa deve puntare ancor di più sui Confidi, anche attraverso l’assegnazione di plafond operativi e utilizzare la loro rete, lavorando quindi in stretta sinergia con essa”.

Sinergia già messa in campo in diverse realtà, come sottolineato da **Esposito** di Confartigianato Pesaro: “chi, come noi, ha sposato il progetto, ha toccato con mano la bontà dell’iniziativa di Artigiancassa, ottima occasione per incontrare artigiani, ascoltare le loro difficoltà e dare risposte concrete ai loro problemi; in altre parole, diffondere cultura finanziaria, di cui le micro imprese sono purtroppo carenti. Le potenzialità sono forti e lo strumento Artigiancassa spero riesca ad essere apprezzato e utilizzato dalle imprese della nostra regione”.

Suggerimenti, tutti questi, che i dirigenti locali di Artigiancassa seguono con attenzione, dal momento che, come sottolinea **Luigi Tagliaferro, Direttore Regionale di Artigiancassa Marche**, “in quanto Artigiancassa siamo “nuovi” nell’attività distributiva e ci stiamo facendo conoscere grazie all’apporto delle confederazioni dell’artigianato e dei confidi. Non abbiamo la presunzione di voler essere la prima banca di riferimento dell’artigiano anzi vogliamo collaborare con le banche locali per servire al meglio le imprese artigiane ormai tutte multibancarizzate, mettendo a disposizione anche prodotti e servizi nuovi e tagliati su misura per le piccole imprese nonché la capacità di credito che oggi il gruppo BNP Paribas può offrire”.

La mission di Artigiancassa Marche, in altre parole, è quella di continuare a servire le imprese e diventarne il punto di riferimento all’interno delle associazioni di categoria non solo per il credito ma anche per tutta una serie di servizi extra bancari (come ad esempio i servizi di incasso e di noleggio auto a lungo termine) che saranno lanciati nei prossimi mesi.

Mentre questo numero di Imprese & Territorio andava in stampa, il Presidente di Fidimpresa Marche **Giuliano Drudi** è prematuramente scomparso. Alla famiglia del Presidente Drudi, a Fidimpresa Marche e alla CNA Marche giungano le più sentite condoglianze di Artigiancassa e di Imprese & Territorio.

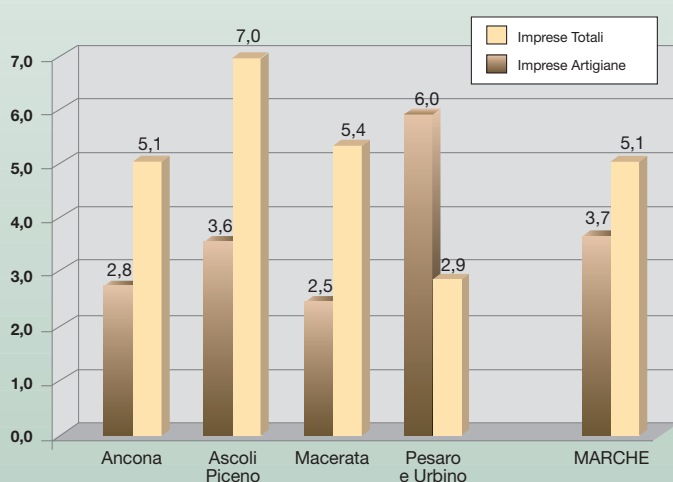
I finanziamenti di Artigiancassa contro la crisi

Artigiancassa sta realizzando una serie di studi su tutte le Regioni italiane nei quali, attraverso una panoramica generale del contesto socio-demografico ed economico finanziario, si fotografa il trend 2001-2009 e si analizza l'impatto dell'attività agevolativa gestita da Artigiancassa nelle singole Regioni.

Per quanto concerne nello specifico le Marche, lo studio di Artigiancassa ha rilevato che la popolazione residente è aumentata nel periodo di 98.455 unità facendo registrare un incremento pari al 6,7%, valore superiore rispetto a quello nazionale (5,4%); anche il numero totale delle imprese registrate è aumentato nello stesso periodo di 6.368 unità, con un incremento del 3,7%. Si tratta, in questo caso, di un risultato inferiore rispetto a quanto registrato sia a livello nazionale (5%), che nell'ambito dell'intero Centro Nord (4,7%).

Il numero delle imprese artigiane iscritte negli Albi provinciali è cresciuto di 2.505 unità produttive con un incremento del 5,1% in termini percentuali; la crescita maggiore ha interessato la provincia di Ascoli Piceno, con un aumento di 927 imprese corrispondente ad un + 7,0% (Grafico 1). I dati, inoltre, mostrano come tale percentuale (5,1%) sia superiore a quella nazionale (pari al 4,8%) ma inferiore a quella dell'intero Centro Nord (5,4%).

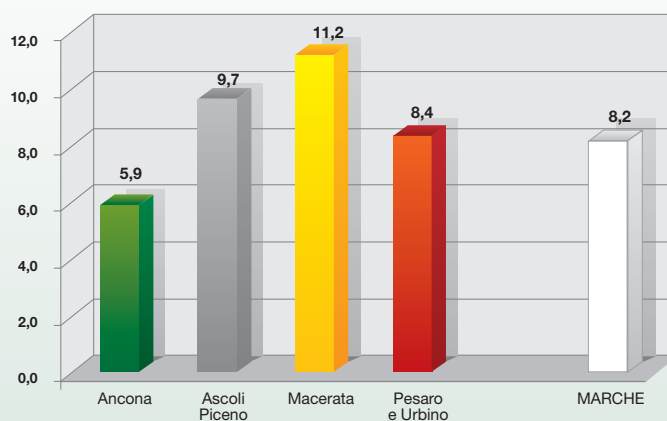
GRAFICO 1 - RAFFRONTO VARIAZIONE % DEL NUMERO DELLE IMPRESE TOTALI E DELLE IMPRESE ARTIGIANE (2001 - 2009)



Calcolando il tasso di artigianalità (come rapporto percentuale fra il numero delle imprese artigiane e delle imprese totali), nella Regione Marche si registra un valore, pari al 29,2% che, lievemente superiore rispetto all'inizio dell'analisi (dati 2001 - 28,9%), conferma le Marche come una Regione a rilevante concentrazione artigianale.

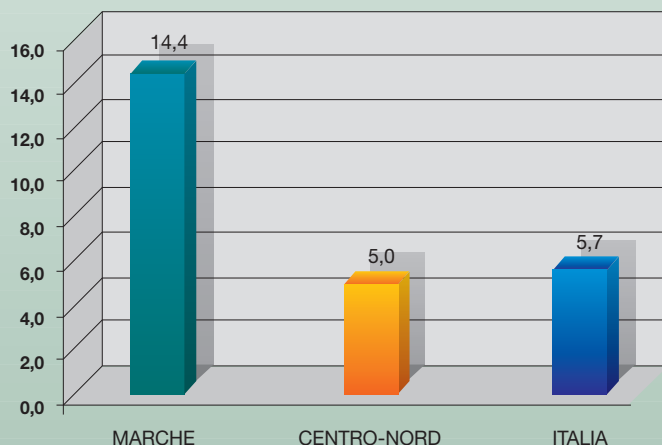
Quanto al contesto economico finanziario, lo studio evidenzia che al 31 dicembre 2008, nella Regione i finanziamenti in essere alle imprese artigiane raggiungevano 3.230 milioni di euro, pari all'8,2% dei finanziamenti totali della Regione (Grafico 2); tale incidenza pone le Marche al primo posto rispetto a tutte le altre regioni italiane.

GRAFICO 2 - INCIDENZA % DEI FINANZIAMENTI BANCARI ALLE IMPRESE ARTIGIANE SUI FINANZIAMENTI TOTALI



Nell'ambito dei finanziamenti in essere, i finanziamenti agevolati alle imprese artigiane, rilevati alla stessa data del 31.12.2008, risultavano pari a 466 milioni di euro, corrispondenti al 14,4% del totale dei finanziamenti in essere al comparto. Si tratta di una incidenza molto alta, addirittura di circa 3 volte maggiore rispetto al 5,0% dell'intero Centro Nord e al 5,7% dell'intero territorio nazionale (Grafico 3).

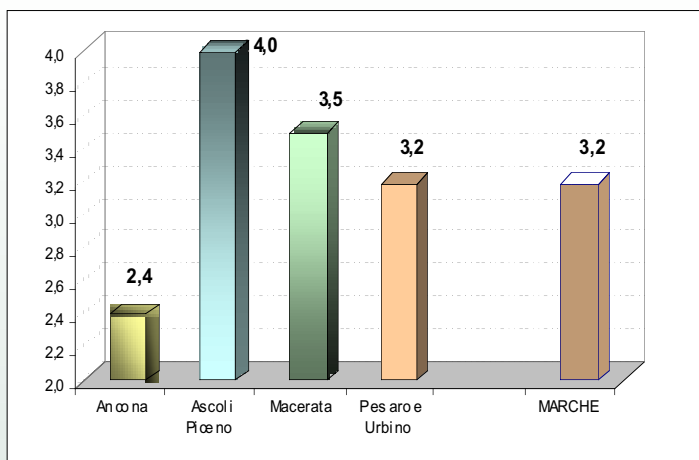
GRAFICO 3 - RAPPORTO % DEI FINANZIAMENTI ARTIGIANI AGEVOLATI SUL TOTALE DEI FINANZIAMENTI ARTIGIANI - ANNO 2008



L'incidenza dei depositi artigiani sul totale si è mantenuta al di sopra di quella registrata nelle altre Aree geografiche: nel periodo considerato ha fatto registrare valori tra il 4,2% del 2001 e il 3,2% del 2008.

A fronte infatti di depositi totali nella Regione pari a euro 19.780 mln, quelli delle imprese artigiane ammontano ad euro 630 mln. Il dato evidenzia una forte propensione al risparmio da parte degli artigiani marchigiani (Grafico 4). Tale percentuale è notevolmente superiore alla media dei depositi registrata sia nel Centro Nord che in tutta l'Italia, pari in entrambe le Aree all'1,9% del totale.

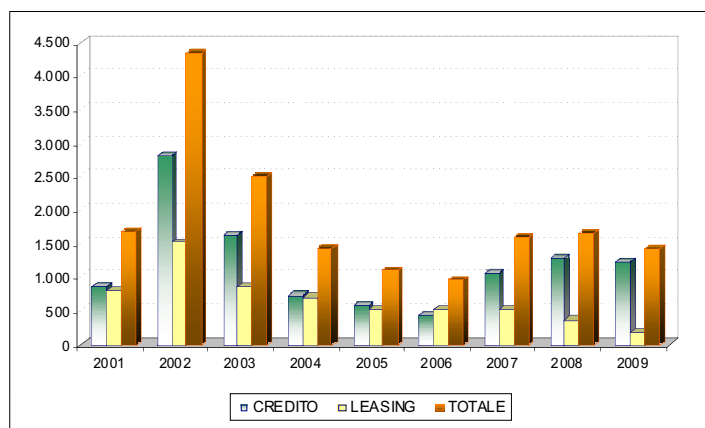
GRAFICO 4 - INCIDENZA % DEI DEPOSITI ARTIGIANI SUL TOTALE DEI DEPOSITI ANNO 2008



In questo contesto, l'attività agevolativa di Artigiancassa in qualità di ente gestore delle misure verso le imprese artigiane ha evidenziato significativi volumi di attività a sostegno degli investimenti produttivi.

Nel periodo dal 2001 al 2009, sono state ammesse complessivamente alle agevolazioni n. 16.880 operazioni di credito e leasing (Grafico 5), il cui importo totale è stato pari a circa 880 milioni di euro e che hanno comportato l'erogazione di contributi per 59,3 milioni di euro in 9 anni.

GRAFICO 5 - NUMERO DELLE OPERAZIONI DI CREDITO E DI LEASING AGEVOLATE NELLE MARCHE - ANNI 2001 - 2009



La destinazione dei finanziamenti agevolati può essere così rappresentata:

- Credito L. 949/52 - Acquisto di macchine e macchinari 61,1%; Impianti 14,9%; Scorte 24%
- Leasing L. 240/81- Acquisto Beni Strumentali 71,1%; Automezzi 23%; Immobiliare 5,9%.

Le attività svolte in questi anni con il costante apporto strategico delle Confederazioni di categoria e in piena sintonia con gli Organismi Regionali hanno avuto importanti ricadute con la realizzazione di investimenti produttivi per circa 1.030 milioni di euro e, in termini occupazionali, di 11.840 nuovi posti di lavoro.

Il sistema agevolativo per il comparto artigiano si è rivelato capace di massimizzare gli effetti di ritorno sugli investimenti e sull'occupazione e minimizzare al contempo gli oneri in termini di contributi pubblici.

Infatti ogni euro di contributo erogato ha permesso, la realizzazione di 17,4 euro d'investimenti e ogni nuovo posto di lavoro è stato realizzato con un contributo di 5.000 euro.

Limitando l'analisi agli ultimi 5 anni (periodo che possiamo considerare di ammortamento di un finanziamento artigiano), l'attività di Artigiancassa ha coinvolto un numero di imprese beneficiarie che rappresenta il 12,9% della media delle imprese artigiane iscritte nella Regione (pari a 52.260).

QUESTE LE PRINCIPALI CONCLUSIONI CHE EMERGONO DALLO STUDIO:

- sia sotto l'aspetto della crescita socio - demografica che sotto quello della crescita economico - finanziaria, si sono registrati nelle Marche risultati positivi sino al 2008, ma dal 2009 si assiste ad un marcato calo della natalità delle imprese;
- la percentuale dei finanziamenti sia ordinari che agevolati e dei depositi si è sempre mantenuta al di sopra dei valori registrati in tutte le altre Regioni, cosa che evidenzia una scarsa propensione all'utilizzo dei patrimoni propri a favore di un maggiore ricorso ai prestiti bancari;
- i finanziamenti di credito sono stati maggiormente orientati a facilitare l'acquisto di macchine e macchinari in genere, tra cui quelli a contenuto tecnologico.

Chi fosse interessato al documento completo, qui solo sintetizzato per motivi di spazio, può contattare Artigiancassa, Direzione Commerciale, Ufficio Agevolazioni, Studi e Relazioni Istituzionali, tel. 06 5845209/234

Un artigiano marchigiano tra difesa delle tradizioni e investimento sull'innovazione

Intervista a Davide Santi alla guida dell'Azienda Dominici, antico forno dal 1936.



Lei ha ereditato una piccola ma florida azienda, nella sana tradizione italiana di trasmissione di padre in figlio delle conoscenze e dei segreti professionali. Quanto hanno contato, nel suo lavoro di artigiano, questo passaggio e questa conoscenza delle tradizioni classiche di lavorazione dei prodotti?

Il forno Dominici nasce nel 1936 con Remo Dominici padre e nonno di noi attuali titolari dell'Azienda, Ernestina Dominici e Santi Davide. Ciò che mio nonno Remo ha tramandato è la passione e l'entusiasmo nel portare avanti questo lavoro che richiede tanto sacrificio e dedizione.

Il ricambio generazionale, poi, è stato il fondamento del nostro successo: insieme a mio fratello, infatti, abbiamo scoperto che il segreto dell'essere vincente sta negli insegnamenti ricevuti da piccoli, insegnamenti basati sul sacrificio e sulla soddisfazione della clientela.

In un contesto familiare come quello della sua impresa, che spazio riescono ad avere politiche di marketing aziendale, da più parti ritenute comunque indispensabili anche nelle piccole aziende?

Sono cresciuto all'ombra delle affermazioni di mio nonno Remo il quale diceva: "il miglior prodotto è la migliore pubblicità".

È per questo che correggo chi mi dà dell'imprenditore perché mi definisco artigiano nel modo di lavorare, di fare e di pensare. Questo non significa, però, non stare al passo con i tempi: la vendita dei prodotti Dominici, infatti, non è solo diretta ma può avvenire anche on-line tramite il sito e-commerce www.ilcrostolo.it

A detta di molti, l'artigianato deve puntare, oggi ma ancor di più in futuro, soprattutto su quel carattere di "eccellenza" e "unicità" del prodotto per sopravvivere in un mercato sempre più dominato da prodotti a basso costo (e, di conseguenza, spesso anche di bassa qualità). Anche lei è di questo avviso?

In effetti l'artigiano deve combinare al meglio le proprie risorse con materie prime di alta qualità, cercando di non creare prodotti di difficile commercializzazione per via di prezzi troppo elevati.

Nel caso della mia azienda, l'ampliamento dell'attività di panificazione e pasticceria ha por-

Non è prioritario allargare il mercato se ciò vuol dire abbassare la qualità dei propri prodotti.

Artigiancassa ha il grande merito di rivolgersi soprattutto alle medio-piccole aziende artigiane.



L'Azienda

L'Azienda Dominici nasce nel 1936 da una antica tradizione di panificatori.

L'Azienda è nata con Remo Dominici poi passata ai figli Ernesta Dominici (attuale socia) e Nestore Dominici. Alla fine degli anni '90 Nestore Dominici cede la sua parte di quota societaria a favore di Santi Davide (nipote di Nestore e figlio di Ernesta Dominici).

Oggi attuali proprietari della Dominici s.n.c. sono Ernesta Dominici e Santi Davide

L'attività di fornaio iniziò nei locali situati nel centro storico di Piandimeleto, dove ancora oggi rimane la storica rivendita creata dal fondatore. Nel corso degli anni l'edificio è stato ristrutturato più volte mantenendo comunque intatte le caratteristiche di bottega di altri tempi.

Grazie all'operosità della famiglia Dominici l'azienda è cresciuta costantemente negli anni tanto da aprire altre rivendite nei paesi limitrofi: Belforte all'Isauro, Sassocorvaro anch'esse nei rispettivi centri storici ed Urbania, la cui apertura risale al 2004. Oltre alle rivendite, i prodotti Dominici vengono consegnati con mezzi propri a negozi alimentari, supermercati, bar, ristoranti, mense scolastiche, scuole di tutto il territorio provinciale.

A gennaio 2008 l'azienda Dominici s.n.c. ottiene la Certificazione Ambientale UNI EN ISO 14001:2004 con l'organizzazione certificata CSQA. Attualmente l'azienda vanta 16 dipendenti (12 sono donne) di cui 15 a tempo indeterminato e 1 tempo determinato.

Negli ultimi anni l'attività ha subito uno sviluppo eccezionale che ha portato allo spostamento della produzione dal centro storico di Piandimeleto in una nuova struttura di circa 1000 mq realizzata appositamente nella zona industriale. La costruzione è all'avanguardia nel settore della panificazione, diventando l'unica realtà di così grandi dimensioni in tutto l'entroterra pesarese, con macchinari tutti di nuova fabbricazione acquistati proprio per far fronte alla crescente domanda di mercato.



tato processi di prodotto moderni che hanno permesso di aumentare la quantità senza, però, nulla togliere alla qualità dei prodotti che sono rimasti quelli di sempre, realizzati con le ricette di una volta e materie prime accuratamente selezionate.

Per resistere alla crescente concorrenza, però, la qualità e la difesa delle tradizioni locali devono essere associate anche ad un costante allargamento dei mercati di riferimento. Immagina un domani di affacciarsi anche al mercato regionale o addirittura nazionale, o preferisce mantenere una dimensione provinciale, vista anche la peculiarità della sua produzione di beni di fresco consumo?

Per ora ci manteniamo su una dimensione strettamente provinciale. La Dominici s.n.c., infatti, distribuisce i propri prodotti (pane toscano, ciabatta, ai cereali, pane panda, panini, pasticceria fresca e secca, tozzetti, biscotto, costate, paste al latte) in tutto l'entroterra pesarese con automezzi propri. La consegna avviene quotidianamente a negozi alimentari, supermercati, bar, ristoranti e mense scolastiche. Clienti assidui della Dominici sono, fra l'altro, le pro loco delle feste e sagre di tutto l'entroterra di Pesaro e Urbino.

Aumentare la produzione potrebbe, forse, significare un abbassamento degli standard qualitativi dei prodotti. Non è una nostra priorità ma l'evolversi dei mercati potrebbe portarci a cambiare prospettive, ovviamente in modo molto graduale.

Il forte incremento della produzione e l'inevitabile ammodernamento dei macchinari non sembrano aver intaccato il radicamento della sua azienda sul territorio. Che importanza ha quest'ultimo nella sua professione di artigiano?

Credo che i sani valori degli artigiani siano un volano per tutto il territorio, e non solo nella sua componente produttiva. Essere impegnati in attività sociali, politiche o culturali, a mio avviso, migliora l'intero nostro territorio; in altre parole, l'artigiano vive per il territorio e il territorio per l'artigiano.

In tal senso, nel 2007 i titolari dell'azienda hanno fortemente voluto il sito aziendale www.lavoceedelfornaio.it che non è solo un sito di presentazione dell'Azienda ma è un vero e proprio giornale che si occupa di informare quotidianamente la gente su tutto ciò che succede nell'entroterra e dintorni.

Passando al campo più generale dell'artigianato marchigiano, come ne giudica lo stato

di salute? Quanto ha inciso la crisi dell'ultimo biennio sul vostro specifico settore e in generale sul comparto artigianale della regione?

I riflessi della crisi sono stati decisamente flebili nel nostro comparto ma noto, a malincuore, che altrove hanno creato forti disagi.

L'azienda nel 2009 ha deciso d'investire pur sapendo che il periodo non era dei più favorevoli, assumendo nuovo personale quando altre ditte della zona hanno licenziato o messo i dipendenti in cassa integrazione.

Come giudica l'operato delle istituzioni politiche locali e nazionali per rispondere alla crisi? Sono state messe in atto iniziative concrete di supporto all'imprenditoria artigiana marchigiana?

Non so quanto abbia inciso l'operato delle istituzioni politiche ma credo sia difficile far comprendere ad un artigiano che un politico o un funzionario dietro una scrivania lavorino per migliorare il territorio.

I tanti sacrifici prodotti dalla categoria, il tempo sottratto alle proprie famiglie, il lavoro onesto, sembrano non aver voce a livello istituzionale. Le iniziative prodotte dalla classe politica sono lontane anni luce dal reale bisogno degli artigiani, ben più rappresentati dalle Associazioni di Categoria.

In tale contesto rimane centrale, per lo sviluppo del territorio locale, la presenza di nuovi canali di credito, come ad esempio quello sempre più diffuso dei Confidi. Nel suo caso specifico, che contributo hanno dato gli istituti creditizi alla sua azienda e più in generale come giudica la politica delle banche verso il mondo imprenditoriale?

Purtroppo molto spesso (anche se non sempre, devo ammettere) le banche offrono ombrelli a ciel sereno per poi sottrarli alla prima nuvola. Vorrei sapere perché devono ricadere sulle linee di credito dell'artigiano i riflessi di errori finanziari come mutui subprime, le obbligazioni argentine, o il crollo delle borse mondiali?

Chi tutela in questo caso l'artigiano, che magari ha un rating interno alla banca di doppia A ma, poiché la banca si è esposta con titoli spazzatura, non riesce a concedergli ulteriori linee di credito, senza neanche mantenere i fidi in essere?

Personalmente, lei conosce le attività di Artigiancassa, anche in termini di consulenze e di sostegno alle scelte professionali? Cosa si sente di chiedere, da artigiano, ad una banca che si rivolge in particolare al mondo della piccola e media imprenditoriale?

Semplicemente una tutela maggiore ad un sistema economico che ancora oggi concentra il potere sulle sole aziende ad alta capitalizzazione.



In un Paese che invecchia, l'imprenditoria giovanile e rosa sono le basi per ripartire

Il difficile ruolo di Giorgia Meloni, Ministro della Gioventù, nella promozione del merito e dei talenti

Spett. Le Ministro, la disoccupazione giovanile e femminile in Italia sono elevatissime. Quali politiche state portando avanti con il Ministero per contrastare tale fenomeno?

Gli ultimi dati dell'Istat sull'occupazione parlano di una crisi economica che impatta duramente sui giovani, con particolare riferimento alle donne. Dobbiamo però considerare che i danni della crisi si sommano a quelli storici del sistema Italia, figlio di una politica che per decenni ha preferito scaricare i debiti sul futuro. I giovani oggi non pagano solo il conto della crisi attuale, ma le conseguenze di danni creati negli anni passati da una politica che pensava solo al presente.

I problemi che abbiamo ereditato si risolvono soltanto riformando dalle basi un sistema che non si regge più. Da parte del Ministero della Gioventù c'è l'impegno continuo nel promuovere ogni mezzo che possa garantire un aumento dell'occupabilità dei ragazzi. Ad esempio, con il progetto Campus Mentis lavoriamo al fianco delle università per offrire ai migliori laureati l'occasione, che spesso manca, per entrare in contatto con le più grandi aziende. Stiamo lavorando per promuovere una nuova cultura d'impresa tra i giovani perché siano consapevoli che, in tempo di crisi, una delle strade da percorrere è proprio quella di diventare imprenditori di se stessi invece di affidarsi alla ricerca di un posto di lavoro dipendente. Posso anticipare, infine, che presto saremo in grado di presentare un pacchetto di iniziative che vanno proprio nella direzione di garantire un sostegno efficace ai tanti ragazzi che, lungi dall'essere bamboccioni, si scontrano con una realtà più difficile di quella dei loro padri.

Nell'implementazione di tali politiche, ritiene che l'imprenditorialità delle donne e dei giovani nelle PMI e nell'artigianato possano essere valide leve su cui agire?

Certamente. Le piccole e medie imprese rappresentano la spina dorsale del sistema produttivo nazionale, che fonda proprio sul popolo delle partite IVA, la propria garanzia di stabilità. Esortare oggi i giovani a cimentarsi nell'imprenditoria, a costruirsi da sé l'agognato "posto fisso", significa esortarli a percorrere questa strada, magari riscoprendo proprio produzioni d'eccellenza e di nicchia, come quelle dell'artigianato italiano, che possono rappresentare una grande opportunità occupazionale.

In questo scenario, quale ruolo può svolgere il sistema bancario ed, in particolare, Artigiancassa

Ai giovani che si cimentano nel difficile compito di fare impresa serve innanzitutto fiducia. Questo significa anche avere la possibilità di ottenere mutui e prestiti sulla base della validità del piano produttivo presentato, e non sulla capacità di offrire garanzie che, il più delle volte, mancano del tutto. Pur con tutte le legittime cautele volte all'autotutela, è importante che anche il sistema creditizio si faccia parte attiva nel sostenere l'imprenditoria giovanile, in particolar modo quella che nasce dal nulla, da una semplice idea tradotta in pratica, e che più di ogni altra si trova in difficoltà nell'affrontare un percorso disseminato di ostacoli, burocratici e finanziari in primis, come la complessa fase dello start-up. Per questo ritengo significativa l'attenzione che Artigiancassa dedica in questo complesso frangente ai giovani artigiani e piccoli imprenditori: credo sia un solco da seguire, e un'esperienza da approfondire.

I giovani hanno davanti una realtà difficile, più di quella dei loro padri

Il lavoro di Artigiancassa: un'esperienza da approfondire

di Stefania Fanelli

Una riunione tutta al femminile

Il 20 e 21 Ottobre si è svolta a Roma la XII^a edizione della Convention nazionale di Confartigianato Donne Impresa. Le donne imprenditrici riunite per sostenere la voglia, tutta femminile, di avviare un'impresa.



Davanti ad una platea di 200 rappresentanti delle oltre 80.000 donne imprenditrici si è svolta la Convention nazionale in due giornate di Confartigianato Donne Impresa.

Ad accogliere gli intervenuti e a moderare le discussioni c'era una esuberante Isabella Mezza, giornalista Rai, che con i suoi sagaci interventi ha fatto sentire gli ospiti a loro agio. Ed è così che si presenta *Confartigianato Donne Impresa*, come una grande famiglia che ama incontrarsi e confrontarsi.

La Presidente Rosa Gentile, dopo aver ricevuto una vera e propria ovazione da parte della platea, ha fatto i saluti di rito e ha avviato i lavori. "Lo scopo della Convention – dice – è creare dei percorsi virtuosi in modo che da una idea nasca una impresa". A sostegno di questa tesi interviene Giorgio Guerrini, Presidente Confartigianato Imprese, il quale sostiene che "se una donna è motivata, ha voglia di lavorare e ha pazienza, sarà

premiata!".

La situazione imprenditoriale nazionale è stata monitorata dall'Osservatorio sulla Imprenditoria femminile artigiana che, per il settimo anno, ha raccolto i dati in uno studio che è stato chiamato "*Il Rosa dopo la tempesta*", per sostenere le donne che, anche in periodo di crisi, vogliono fare impresa. I dati raccolti evidenziano una lenta ripresa del mercato che però vede un'altissima percentuale di donne ritenute ormai inattive, cioè disponibili a lavorare ma ormai così sfiduciate che un lavoro non lo cercano nemmeno più. Inutile dire che questo malessere è decisamente più avvertito al sud d'Italia dove il tasso di occupazione è talmente basso da risultare uno degli ultimi rispetto alla media europea (pari addirittura a quello di un paese extra-europeo come la Turchia). Molto sentito è il problema della difficile conciliazione tra vita familiare e professionale: 1/3 delle imprenditrici è costretto a chiudere la propria attività durante malattie di familiari o gravidanze o per gestire la maternità. Circa 16.000 donne svolgono un lavoro da uomini (settore di autotrasporti, costruzioni, produzioni di metallo e legno...), inconciliabile con le esigenze della fami-

glia, e quindi la conseguenza è che il tasso di natalità è a minimi storici.

Le soluzioni a questi problemi per Daniela Rader (Presidente di Donne e Impresa Confartigianato Veneto), Giuseppina Mele (Presidente di Donne e Impresa Confartigianato Campania) e Stefania Lacriola (Presidente di Donne e Impresa Confartigianato Puglia), sono evidenti:

- **Detassazione del lavoro femminile,**
- **Accesso facilitato al credito (meno burocrazia),**
- **Formazione ed orientamento all'impresa,**
- **Creazioni di reti o consorzi per condividere i Know-how.**

Queste saranno le risposte che, per tutta la durata della convention, vengono reclamate a gran voce.

La giornata prosegue con la tavola rotonda dedicata al tema "*Tra Lisbona 2010 e Europa 2020: l'Italia è un Paese per imprenditrici?*" che vede partecipare grandi nomi della politica italiana: Mario Baldassarri, Presidente della Commissione Finanze del Senato – FLI, Claudio Gagliardi, Segretario Generale Unioncamere, Enrico Letta, Vice Segretario Partito Democratico, Paolo Emilio Reboani, Presidente e Amministratore Delegato di "Italia Lavoro", Francesco Rutelli, Presidente Alleanza per l'Italia.

Dalla accesa discussione emerge che gli obiettivi occupazionali del patto di Lisbona 2010 non sono stati raggiunti e che sarà quasi impossibile raggiungere quelli di Europa 2020 poiché vorrebbe dire, in cifre, che circa 3.400.000 donne dovrebbero trovare una occupazione. In aiuto può solo venire la voglia femminile di fare impresa. Oggi in Italia sono proprio le piccole e medie imprese (per lo più femminili) che aiutano l'economia del paese a crescere. Inoltre è assolutamente anacronistico pensare che un paese investa solo sul talento professionale della metà della sua popolazione! La giornata si conclude con l'intervento di Raffaele Fitto, ministro per i Rapporti con le Regioni e per la Coesione Territoriale, il quale ribadisce l'impegno del Governo nell'incentivare ed agevolare la nascita di nuove imprese.

La seconda giornata della convention è stata aperta da Cesare Fumagalli, Segretario Generale Confartigianato, con il quale si è accesa una vivace discussione sul tema "Quote Rosa". Ad una prima impressione, l'obiettivo di

raggiungere, in modo quasi coercitivo, un numero fisso di presenze femminili tra gli occupati sembra non essere gradito da coloro che invece sostengono che, per poter lavorare, è necessario guardare più alle capacità di una persona che al sesso di appartenenza. Si auspica quindi che questa politica sia solo un punto di partenza verso una società definitivamente meritocratica. Introduce, poi, i lavori della seconda tavola rotonda il Presidente della Commissione Welfare, Edgarda Fiorini, che invita Confartigianato ad aiutare di più le donne imprenditrici con servizi di assistenza durante la loro vita imprenditoriale. A tal proposito inizia la discussione sul tema "Welfare tra pubblico e privato" a cui hanno preso parte: Gianni Bocchieri, Capo Segreteria Tecnica del Ministro dell'Istruzione, Università

e Ricerca, Maria Pia Camusi, Direttore R.E.TE. Imprese Italia, Paola De Micheli, Deputato PD - Responsabile PMI del Partito Democratico, Mauro Magatti Preside della Facoltà di Sociologia dell'Università Cattolica di Milano, Amalia Neirotti, Delegato Nazionale ANCI Pari Opportunità, Barbara Saltamartini, Deputato PDL - Responsabile Nazionale del Settore Pari Opportunità. Unanime è la consapevolezza circa l'urgenza di apprestare servizi di sostegno alla donna che lavora (asili nido, babysitting, flessibilità di orari). Discordi sono però i pareri se tali servizi siano da affidare al settore pubblico o al privato, ma è assodato che ci sia bisogno di aiuti pratici e che investano trasversalmente tutti i settori. Lo sforzo deve essere comune, di tutti gli schieramenti politici, nel richiedere fles-

sibilità di orari, agevolazioni per assenze per malattia di figli o familiari e il congedo di paternità obbligatorio. Da questo dibattito appare però chiaro che l'Italia deve superare anzitutto un problema "culturale" nei confronti del sesso femminile. Infine è stato ascoltato l'intervento di Carlo Giovanardi, Sottosegretario di Stato alla Presidenza del Consiglio dei Ministri con delega alle Politiche della Famiglia, che esorta al ri-disegno delle leggi nel presupposto che un lavoratore non ha solo un'occupazione da svolgere, ma anche una vita familiare da seguire e gestire. Le conclusioni della riunione sono state tratte da una commossa Rosa Gentile che ha lasciato la sua carica in "Donne Impresa" a Edgarda Fiorini, che è stata nominata Presidente dall'Assamblea svoltasi al termine dei lavori.

DALLA PARTE DELLE DONNE

Abbiamo intervistato Rosa Gentile, che ha lasciato ad Edgarda Fiorini il ruolo di Presidente di Confartigianato Donna Impresa per la nomina ad Assessore alle Infrastrutture e Trasporti della Regione Basilicata.



Rosa Gentile, Presidente nazionale Confartigianato Donne Impresa

In questi giorni Artigiancassa sta lanciando una nuova linea di prodotti finanziari, i "Key Woman", per sostenere le donne lavoratrici nella conciliazione di vita privata e professionale, in momenti delicati come la gravidanza, la maternità o la gestione di una malattia grave in

famiglia. Presidente, Lei crede che tali strumenti possano davvero aiutare una donna nella sua vita lavorativa?

Confartigianato Donna Impresa ha partecipato attivamente, circa un anno fa, al percorso di progettazione di questi finanziamenti proprio perché ci crediamo fortemente! Ma c'è un grosso limite: siamo convinti che ci sia bisogno di una campagna di informazione e sensibilizzazione. La donna imprenditrice, negli anni, spesso si è auto-finanziata. In pratica, facendo da sé, non sente neanche lo stimolo a "chiedere" pur avendone necessità. Alla fine però ci si aggrovia nelle problematiche senza riuscire a trovare le soluzioni che spesso, invece, sono a portata di mano e ci si perde nei labirinti burocratici. Oggi la donna non può perdere tempo, si deve occupare sia della propria impresa sia della famiglia. Le donne hanno quindi bisogno di arrivare a soluzioni finanziarie, ma anche formative, in tempi brevi. Abbattendo quindi queste attese, tali strumenti risultano essere davvero utili.

Quindi Lei pensa che Artigiancassa possa essere un sostegno, una soluzione per aiutare le donne nel loro mestiere?

Noi ci siamo rivolti proprio ad Artigiancassa perché dal 2006 non ci sono più finanziamenti istituzionali per agevolare la nascita di

imprese femminili. Gli aiuti messi in campo con Artigiancassa possono aiutare realmente chi ha intenzione di fare impresa ma sono anche d'aiuto ai sistemi di conciliazione della vita privata con quella professionale delle donne imprenditrici che possono trovarsi in difficoltà per la gestione della gravidanza, della maternità o per una malattia grave di un familiare.

Lei pensa che in questi tempi di crisi sia consigliabile sfruttare queste agevolazioni?

Assolutamente sì! Queste agevolazioni possono aprire le porte al proprio futuro ma l'esito deve essere immediato e certo. Sia che siano positive o negative, le risposte devono arrivare in tempi brevi affinché l'imprenditrice possa avere la possibilità di programmare le proprie scelte. Inoltre consiglio anche di affidarsi alla rete, ormai consolidata, delle ns. associazioni di categoria ed ai ns. consorzi. **Consiglierebbe ad una giovane donna, in un momento di crisi come questo, di avviare una impresa basandosi solo sulle forze della propria idea?**

Io parto dal presupposto che se una persona ha l'idea, ha anche la vocazione e la determinazione per raggiungere l'obiettivo. Le imprese che nascono da una idea sono quelle che meglio rendono sul mercato, mentre quelle nate solo grazie alle facilitazioni economiche, dopo tre anni chiudono perché manca loro il fondamento di una motivazione forte. Ma dobbiamo ricordare che impresa vuol dire anche "rischio" ed in tempo di crisi questo è ancora più accentuato. Però la storia ci insegna che, in periodi come questi, le donne imprenditrici hanno saputo crearsi delle opportunità. Inoltre sono più spronate degli uomini perché sono in maggior numero disoccupate. Se guardiamo i dati, notiamo che al Sud c'è un maggior numero di donne che fanno impresa. Questo non vuol dire che ci siano più donne con istinto imprenditoriale ma che i posti di lavoro, chiamiamolo "fisso", scarseggiano e quindi l'imprenditoria nasce come una risposta ad una esigenza di fare reddito per mantenere la famiglia ed essere indipendenti.

Presidente, Lei spesso ha ribadito di essere contraria al concetto di "Quote rosa". Perché?

Quando gestiamo le ns. imprese noi non guardiamo al sesso ma alle capacità professionali di una persona. Non accettiamo le quote rosa perché non accettiamo di essere ghettizzate in un sistema in cui non possiamo riconoscerci. Però ci rendiamo anche conto che, se non si attivano dei percorsi di questo tipo, non potremo mai far arrivare alla consapevolezza del problema. Il nostro sistema nazionale non tiene in conto il prodotto interno lordo che noi siamo in grado di produrre. Con il nostro reddito e con il nostro lavoro noi contribuiamo alla crescita del paese, ed è per questo che noi chiediamo rispetto e non perché siamo donne.



CNA Next: verso il cambio di paradigma nella PMI

Un nuovo paradigma alla base di un sistema che deve sostenere la crescita e lo sviluppo della piccola media impresa italiana. Questo il tema centrale affrontato nel corso del meeting nazionale dei giovani imprenditori promosso da CNA Next e tenutosi l'1 e il 2 ottobre 2010 presso il teatro Piccolo Regio di Torino, capitale europea dei giovani 2010. Dopo i saluti istituzionali di Daniele Vaccarino, vice presidente nazionale di CNA, la seconda giornata del meeting si è aperta con l'intervento di Alessandro Baricco, scrittore e saggista, autore tra gli altri de *I Barbari. Saggio sulla mutazione* (2006), e di Edoardo Nesi, scrittore-imprenditore, che in *Storia della mia gente* (2010) racconta dell'illusione perduta da parte di una generazione di italiani trovatisi a fronteggiare un futuro più povero di prospettive rispetto a quello dei propri genitori. Proprio dalla constatazione di Nesi, ha affermato Andrea Di Benedetto, presidente nazionale CNA giovani imprenditori, ha preso spunto CNA Next che intende presentarsi come un contenitore dedicato alla risoluzione di due conflitti: il cambio del paradigma culturale, economico e tecnologico che stiamo attualmente vivendo e il conflitto gene-

razionale che interessa la classe dirigente ed economica.

I due scrittori sono stati chiamati a commentare massime e affermazioni di importanti imprenditori, economisti e premi nobel attraverso un percorso interattivo, sviluppato da Alberto Di Minin, ricercatore di Economia e Gestione delle Imprese presso la Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa. Il format, basato su parole chiave rappresentative della attuale situazione economica e riprodotto su un megaschermo navigabile costellato di icone in pieno stile i-Phone, ha offerto alla platea ripetute suggestioni. Dal famoso slogan di Steve Jobs "Be hungry, be foolish!", al paradosso di Warren Buffett, secondo cui se la storia fosse davvero maestra di vita, allora le persone più ricche al mondo sarebbero i bibliotecari, passando per la riscoperta di un'idea romantica di imprenditore e per il continuo processo di alleggerimento del PIL postulato dagli economisti statunitensi Carl Shapiro e Hal R. Varian, e arrivando a citare il concetto cinese di Gānxi, mix di rispetto e conoscenza reciproca tra imprenditori, il percorso intrapreso ha permesso di disegnare i paletti del nuovo contesto economico sociale con cui le imprese si trovano oggi a fare i conti.

Un esercizio sulla base del quale si è inserito l'intervento del Ministro della Gioventù Giorgia Meloni, resasi disponibile a un dialogo diretto con i rappresentanti di CNA, Ivan Malavasi, presidente nazionale, e Andrea Di Benedetto. Malavasi ha fatto notare come l'Italia stia in questo momento soffrendo per una disoccupazione giovanile a livelli altissimi (27%, a fronte di un tasso di inoccupazione superiore al 37%), che può essere superata solo attraverso la rimozione delle barriere all'ingresso. L'on. Meloni ha concordato sulla necessità di intervenire al fine di "sviluppare una società in cui l'uguaglianza non sia nel punto di arrivo, ma nel punto di partenza, in cui a tutti siano garantiti pari diritti e occasioni, eliminando le rendite di posizione, ripartendo dalla scuola e dalle università e avendo il coraggio di costruire discorsi di lungo periodo, anche quando questi risultino impopolari nell'immediato". Di Benedetto ha quindi aperto sui quattro capisaldi su cui, secondo CNA Next, dovrebbe rifondarsi il futuro del paese: merito, formazione continua, pari diritti e legalità. In particolare ha sottolineato la necessità di aumentare il livello della formazione e delle opportunità di sviluppo per i giovani, evidenziando come l'Italia risulti agli ultimi posti

secondo due indici dell'OCSE, il PISA (Program for International Students Assessment) e il Coefficiente di relazione tra lo stipendio dei genitori e quello dei figli, in Italia particolarmente rigido. Da qui l'offerta di CNA Next di mettersi al servizio delle istituzioni per monitorare questa situazione, offerta che è stata prontamente raccolta dal ministro Meloni che ha poi sottolineato come il governo si stia muovendo a sostegno dei giovani imprenditori, coinvolgendo direttamente associazioni di settore come CNA Next all'interno di progetti che offrano spazi di gestione diretta da parte dei giovani e delle nuove generazioni, quali ad esempio il portale internet di prossima apertura "Impresa Giovane". Sollecitata da Ivan Malavasi sul tema del credito e dei fondi di rotazione destinati ai giovani imprenditori, il ministro Meloni ha allargato il discorso a PMI, case e studio, affermando che il governo sta per lanciare il progetto "Diamogli Credito", revisione di quanto già proposto per gli studenti dal ministro Melandri nella precedente legislazione, con un investimento di 18 milioni di euro, cui si affiancherà un progetto da 25 milioni di euro dedicati ai mutui per i giovani lavoratori con contratti a tempo determinato. Per quanto riguarda le imprese giovani la Meloni ha evidenziato come siano al vaglio proposte di detassazione o tassazione ridotta al di sotto di determinate soglie.

Ma quale è la ricetta del nuovo paradigma che dovrebbe sostenere le PMI e in particolar modo le imprese giovani all'interno del nuovo contesto?

La rotta è stata indicata nel corso della discussione moderata da Loris Gai, giornalista del TG1, che ha visto come protagonisti Sergio Arzeni, Direttore Centro PMI e Sviluppo Locale dell'OCSE, Alberto Onetti, prof. di Corporate Strategy e Innovation Management presso l'Università degli Studi di Insubria, Riccardo Pietrabissa, pro-rettore del Politecnico di Milano, Antonio Romano, vice presidente IDC Southern Europe, e Francesco Simone, direttore commerciale Artigiancassa.

Onetti ha aperto la discussione offrendo una fotografia delle start-up italiane: società create con un capitale iniziale medio di 33 mila euro, da 3-4 fondatori, generalmente uomini attorno ai 35 anni, con elevati livelli di formazione,

spesso in possesso di un master o un PhD (33%) e che in molti casi (28%) hanno già dato vita ad altre realtà. Una PMI che, sottolinea Romano, soffre ancora del conflitto tra hard-skill, di cui è ampiamente in possesso, e soft-skill, ancora poco diffuse. La difficoltà a trovare fondi, gli elevati rischi collegati al fallimento e la scarsa tendenza dell'imprenditoria italiana a ragionare in termini di vie d'uscita, attraverso la cessione della start-up alla fine del suo avviamento, determinano un basso tasso di natalità e un elevato tasso di mortalità delle start-up in Italia. Affinché questa tendenza cambi secondo Onetti è necessario che "la politica faccia delle scelte, alleggerendo l'imprenditore da alcuni costi iniziali e dalle ripercussioni connesse al rischio di fallimento". Una scelta che secondo Arzeni potrebbe concretizzarsi nella decisione da parte della Pubblica Amministrazione Italiana di istituire delle penali in caso di ritardo nel pagamento delle fatture alle PMI, secondo il modello già in vigore in UK e USA dove il pagamento delle fatture da parte della P.A. avviene entro dieci giorni lavorativi dall'emissione.

La soluzione secondo Pietrabissa sta in un cambio di sistema, "è necessario che le Università mettano a disposizione la propria conoscenza, che le istituzioni sviluppino politiche e norme a favore dell'innovazione e che il mondo finanziario metta a disposizione le risorse necessarie a sostenere le iniziative meritevoli". Un cambio di paradigma che le banche devono fare proprio, ha sottolineato Simone spiegando che "si deve passare da una logica di prodotto a una di comprensione dell'impresa, del suo business e del suo ciclo di vita. Perché questo avvenga è necessaria una crescente collaborazione tra gli istituti di credito e le istituzioni, le università e le associazioni di categoria che sono in possesso delle informazioni necessarie a discriminare tra i vari progetti". Proprio questa è l'idea espressa da

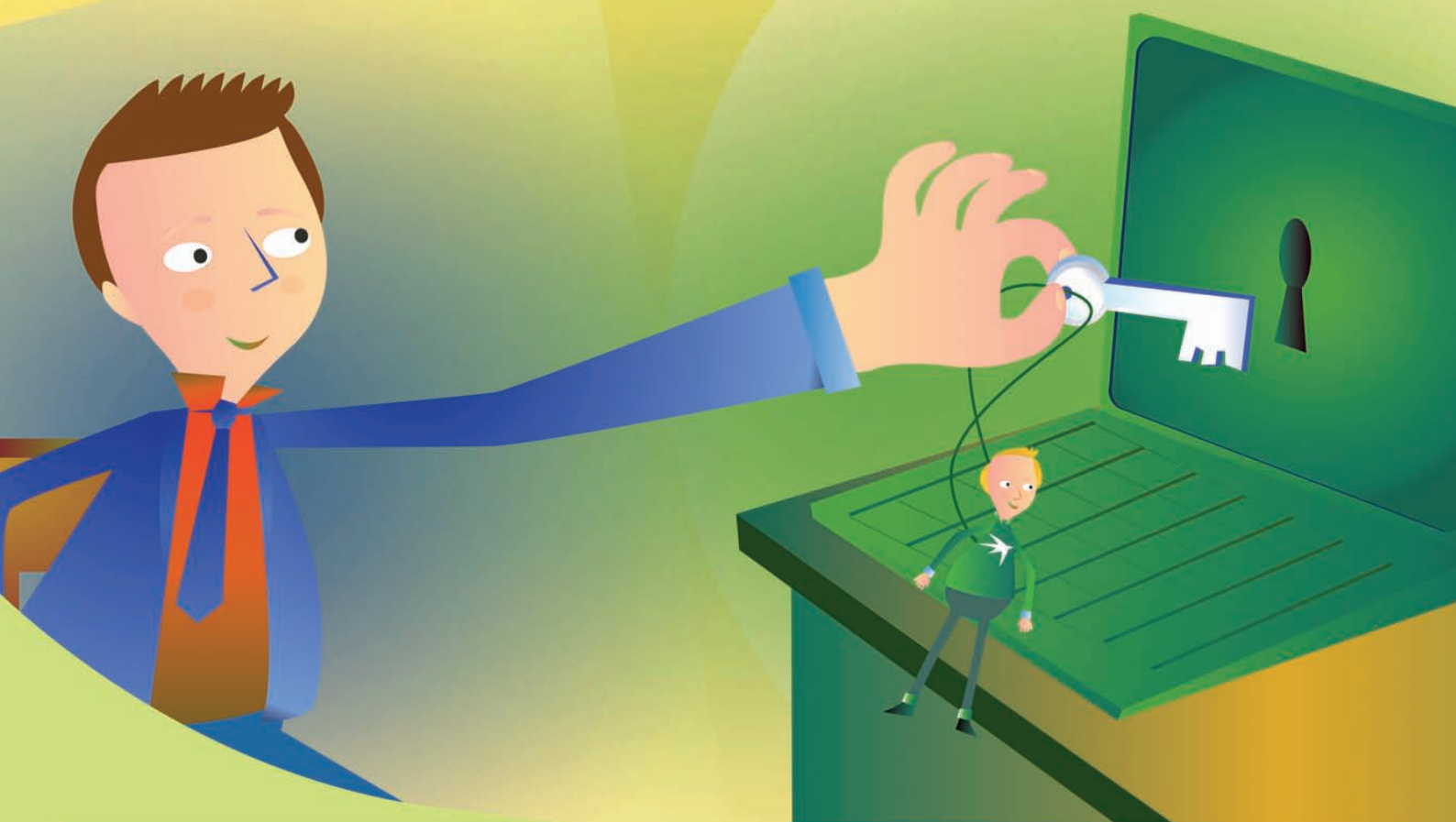


Andrea Di Benedetto a I&T: "una soluzione al problema potrebbe venire dalla collaborazione crescente tra istituzioni, banche e associazioni di categoria, attraverso la realizzazione di percorsi semplificati di accesso al credito per le PMI e i giovani imprenditori, in linea con quanto avviene già in altri paesi europei. Eliminare quindi i finanziamenti a fondo perduto e sviluppare delle linee di finanziamento per progetti meritori".



Servizi per l'Azienda Artigiancassa

La Business Key



Più tecnologia, meno problemi.

La Business Key Artigiancassa, prodotta da InfoCert, è lo strumento che ti permette di operare e comunicare in modo sempre facile e sicuro. Al suo interno troverai il certificato di Firma Digitale, necessario per effettuare tutte le operazioni bancarie, e la Posta Elettronica Certificata (PEC).



ARTIGIANCASSA
GRUPPO BNP PARIBAS

La banca per un mondo che cambia