CONFINDUSTRIA
GENOVA

Genova Impresa

1-2016

editoriale
GIUSEPPE ZAMPINI
Confindustria, dove vai?

l'intervista
GIOVANNI TOTI
Liguria protagonista

dossier
#genovadoveandiamo

inserto
Fondazione Ansaldo
Fotografia e Industria

BIMESTRALE DI INFORMAZIONE ECONOMICA, POLITICA E CULTURALE • I.P. • ANNO XXVII • N. 1 • GENNAIO-FEBBRAIO 2016 • POSTE ITALIANE SPA - SPEDIZIONE IN ABBONAMENTO POSTALE -70% CB-NO/GENOVA

Ventura
SOLO LA FRUTTA PIÙ BUONA

E QUI LIBRIO PERFETTO

MAGNESIO + VITAMINA E

FIBRA + VITAMINA E

SCOPRI I MIX VENTURA: UNISCONO LA GOLOSITÀ DEI FRUTTI PIÙ BUONI AL BENESSERE DEI LORO PREZIOSI NUTRIENTI.

PROVA ANCHE LA NUOVA LINEA BBMIX ARRICCHITORI PER INSALATE E MACEDONIE

RAME + MANGANESE

VITAMINA E + RAME

VITAMINA A + FERRO

MAGNESIO + POTASSIO

VITAMINA E + RAME

engineering your vision **enhancing** your performance

Making the best together

RINA

www.rinagroup.org

Genova Impresa

GENOVA IMPRESA
Bimestrale
Confindustria Genova
N. 1/2016

Editore
AUSIND
Via San Vincenzo 2 - 16121 Genova

Direzione e Redazione
Via San Vincenzo 2 - 16121 Genova
tel. 010 8338 426
pponta@confindustria.ge.it
www.confindustria.ge.it

Registrazione
presso il Tribunale di Genova
N. 1-89 del 10-1-1989

Direttore Responsabile
Piera Ponta

Comitato di Redazione
Alessandro Brenna
Guido Conforti
Leopoldo Da Passano
Luciano M. Gandini
Massimo Sola

Hanno collaborato
Claudio Burlando
Fabio Capocaccia
Luciano Caprile
Vincenzo Cellario Serventi
Maria Caterina Chiesa
Andrea Delucchi
Giacomo Franceschini
Stefano Frassetto
Massimo Morasso
Roberta Recchi
Carla Sibilla
Alessandro Tinterri

Progetto grafico e impaginazione
Creattiva
Via Dante 2/87 - 16121 Genova
Tel. 010 542 998
info@creattivagenova.it

Stampa
Ditta Giuseppe Lang srl
Via Romairone, 66 - 16163 Genova
Tel. 010 726 1198
ditta.lang@langgrafiche.191.it

Concessionaria Pubblicità:
GGallery srl
Piazza Manin, 2BR - 16122 Genova
Tel. 010 888 871
genovaimpresa@ggallery.it

Genova Impresa ospita articoli e opinioni che possono anche non coincidere con le posizioni ufficiali di Confindustria Genova. L'editore è disponibile a riconoscere eventuali diritti a chi ne rivendichi la proprietà.

SOMMARIO

Giuseppe Zampini

Giovanni Toti

4 editoriale
CONFINDUSTRIA, DOVE VAI?
di Giuseppe Zampini

6 Confindustria
RIPARTENZA LENTA

IN PARTNERSHIP CON LE IMPRESE
di Guido Conforti

14 l'intervista
LIGURIA PROTAGONISTA
di Piera Ponta

1 DUEMILASEDICI

19 dossier
UN BUON INIZIO

CONTRO L'ISOLAMENTO
di Fabio Capocaccia

TRENO, CABINOVIA, AEREO
di Vincenzo Cellario Serventi

A PROPOSITO DI VOLOTEA

DUE VOLTE NUOVO

DESTINAZIONE GENOVA
di Carla Sibilla

DURA LEX
di Roberta Recchi

38 competizione & sviluppo
WYLAB

NUMERI E FATTI
di Piera Ponta

LA CASA DELLA SICUREZZA
di Andrea Delucchi

AZIENDE PROTETTE
di Maria Caterina Chiesa

RICERCA A MATRICE

STARTUP O NEWCO?
di Giacomo Franceschini

FARMACI EQUIVALENTI
di Alessandro Brenna

L'ANNO DEL WELFARE

WELFARE 2.0

54 piccola industria
PICCOLE, GIOVANI, INNOVATIVE

56 giovani
2015 RAGIONI PER ESSERE GIOVANI
di Luciano Gandini

AIUTI CONCRETI
di Stefano Frassetto

60 comunicazione
#CONFINDUSTRIA GENOVA
di Claudio Burlando

62 Fondazione Ansaldo
FERDINANDO MARIA PERRONE, IRREQUIETO E AMBIZIOSO
di Alessandro Tinterri

64 cultura & società
SCAVI IN CITTÀ
di Massimo Morasso

LA "GENESI DI SEBASTIÃO SALGADO
di Luciano Caprile

RESINE: COLORI, IMMAGINI, PAROLE

inserto Fondazione Ansaldo
Fotografia e Industria
Le immagini più significative della nostra storia industriale conservate nella Fototeca della Fondazione Ansaldo

EDITORIALE

di Giuseppe Zampini

Confindustria, dove vai?

Ripartenza lenta: incremento degli ordinativi influenzato dalle tendenze deflattive, lenta la dinamica della produzione del settore manifatturiero sebbene in miglioramento rispetto al precedente semestre, diminuzione degli ordinativi da clienti italiani, sostanziale stagnazione di quelli provenienti dall'estero, in calo le merci passate per il Porto di Genova negli ultimi sei mesi, aumento dei passeggeri di traghetti e di crociere: una percezione degli operatori economici del territorio comunque parzialmente positiva, almeno per l'inizio d'anno 2016. Sono questi, in estrema sintesi, gli indicatori economici del secondo semestre 2015 e le previsioni per il primo semestre 2016 elaborati dal nostro Centro Studi.

Un'economia locale che si muove ancora faticosamente, con parecchie nuvole nei dintorni: dalla situazione di turbolenza geopolitica dei territori su cui operano parte delle nostre imprese all'estero, al timore di un sistema bancario nuovamente sotto attacco speculativo e che sembra mostrare segni di debolezza nella solidità patrimoniale, ai mercati finanziari che, pur evidenziando talvolta sconnessione fra valore reale delle imprese e quotazione borsistica, inducono forti dubbi sul consolidamento di un recupero economico stabile.

Emerge ancora, nel nostro Paese, una forte carenza di offerta dovuta alla scarsità di investimenti pubblici, alla ridotta produttività pro-capite, a una innovazione non sistemica (molte parole, pochi fatti) e, conseguentemente, a una modesta competitività sui mercati internazionali.

Se a ciò si aggiunge la riduzione significativa del numero di grandi imprese e l'acquisizione di molti marchi storici da parte di gruppi internazionali, si deve rilevare che il nostro assetto produttivo deve ormai confrontarsi con logiche di mercato e modelli d'impresa diversi da quelli di alcuni decenni fa.

Non è mia intenzione investigare le cause e i motivi di questo cambiamento, bensì prenderne atto, ponendo però la seguente domanda: Il nostro sistema associativo, cioè Confindustria nazionale, ne è consapevole?

Sto scrivendo queste righe poche ore dopo l'ufficializzazione delle candidature alla presidenza di Confindustria nazionale. Balza subito agli occhi qualcosa di nuovo, non tanto nei nomi - alcuni previsti o prevedibili - quanto nel loro numero: quattro imprenditori, tutti di assoluto rispetto, tutti attivi da più o meno lungo tempo all'interno del sistema confederale.

Mi chiedo se vi siano correlazioni fra la novità del numero di candidature, apparente indice di una Confindustria in fermento, e le difficoltà del nostro sistema associativo, che trovano riscontro nel numero inferiore di associati e nella conseguente riduzione delle quote associative.

Lo stato di difficoltà in cui incorrono alcune associazioni è sempre stato giustificato con la congiuntura economica negativa del/dei territori.

La correlazione è sicuramente corretta ma, forse, eccessivamente semplificata. Finora le varie territoriali hanno risposto a queste difficoltà - proprio perché attribuite al solo elemento economico - tagliando i costi fissi e quelli del personale e migliorando l'efficienza delle proprie strutture interne.

Confindustria Genova ha già virtuosamente operato da tempo in tale direzione e oggi può vantare uno costo pro-capite significativamente inferiore alla media nazionale e una produzione pro-capite (intesa come ricavi per persona) fra le più alte a livello nazionale.

Tuttavia, pur considerando la mia limitata esperienza del sistema (solo da un decennio ne sono attivamente coinvolto), riterrei estremamente miope attribuire le difficoltà sopra dette alla sola congiuntura economica.

A un più attento ascolto degli associati e delle loro esigenze, emerge che parte di quelle difficoltà sono riconducibili

alla percezione del sistema confederale nel suo complesso. «Cosa fa, cosa può fare per noi Confindustria?» è la domanda ricorrente alla quale i colleghi della nostra struttura di marketing associativo devono rispondere. E i nostri associati, forse, non hanno tutti i torti a porla.
La riforma Pesenti, da poco varata, non trova quell'ampio consenso che sembrava avere all'atto della sua presentazione, tre anni fa. Le aggregazioni sul territorio non sono state sempre possibili.
Le Federazioni regionali, che devono essere, secondo Statuto, sostenute dalle stesse territoriali, fanno fatica a essere riconosciute e ad affermarsi come elemento di snodo fra il vertice di Confindustria nazionale e le stesse territoriali - del resto, appare assai improprio, in una logica organizzativa, che una struttura intermedia possa rivendicare un ruolo simile nei confronti della base e del vertice.
Inoltre, talvolta è messa in discussione anche la logica aggregativa regionale prevista dalla Riforma Pesenti, sostenendo alcune associazioni territoriali una maggiore vicinanza, per omogeneità di territorio o per convenienza nei rapporti di equilibrio, ad associazioni di regioni limitrofe. Un altro sentimento prevalente è la volontà di avocare a sé un ruolo di rappresentanza del proprio territorio verso la Regione anziché delegarlo alla Federazione regionale. E questo è esattamente il caso ligure.
Siamo quindi proprio sicuri che le evidenti difficoltà del nostro sistema associativo derivino solo dalla crisi economica? E se cosi non è - come non è - cosa fa il nostro Sistema per porvi rimedio? Queste sono, a mio parere, le principali domande a cui rispondere.
La verità è che le nostre associazioni sono spesso percepite come sovrastrutture, il personale ivi operante mediamente non utile alle esigenze degli associati, le cariche confindustriali più come opportunità di visibilità del singolo che come impegno a beneficio di tutti gli associati.
E Confindustria nazionale aggiunge sale sulla ferita: mi riferisco all'autoreferenzialità di alcuni dei suoi membri, alle modalità di ricerca del consenso più tramite azioni di spartizioni di ruoli che attraverso concrete proposte innovative, alla composizione di squadre secondo criteri di competenza quasi sempre dichiarati e spesso non perseguiti. Meno innovazione si introduce in un sistema e più la parola innovazione è usata; talvolta si attribuisce più valore alle capacità comunicative che ai contenuti delle proposte.
Nell'editoriale sull'ultimo numero di Genova Impresa ho sottolineato l'importanza per la nostra Associazione di essere luogo di elaborazione di idee e di proposte, in cui la struttura interna costituisca l'elemento portante per consentire agli organi deliberanti, Consiglio Esecutivo, Giunta e Assemblea di operare e assumere decisioni in maniera efficace; la competenza come elemento caratterizzante ogni proposta, ogni scelta, anche nella squadra. Se questo è vero per una territoriale, a maggiore ragione perché non dovrebbe esserlo per la Confindustria nazionale?
Appare quindi evidente la necessità di un profondo, convinto rinnovamento del Sistema, con rappresentanti che siano capaci di interpretare, nei fatti, le necessità delle aziende, e non solo occupati a ricercare visibilità e posizioni, per sé o per i loro sostenitori, all'interno del sistema confederale; rappresentanti che abbiano la forza di incidere sulla struttura centrale, indicata dai più ancora luogo di resistenza al cambiamento.
E quindi considero positivamente la presenza di più candidati che, con il nuovo sistema di elezione attraverso il Consiglio generale, offre l'opportunità di esprimere una scelta maggiormente condivisa con la base degli associati.
Ma, ahimè, all'orizzonte si profila già la controreazione del sistema a difesa dello status quo. Si abbia invece il coraggio e la visione di andare oltre. Come per l'economia, non possiamo più aspettare.●

CONFINDUSTRIA

Ripartenza lenta

Gli indicatori economici del secondo semestre 2015 e le previsioni per il primo semestre 2016.

Il rapporto *del Centro Studi di Confindustria Genova trae origine da un'indagine condotta su alcuni indicatori connessi all'operatività delle imprese associate, sia industriali che di servizi, relativi al 2° semestre 2015. Le stesse imprese hanno fornito dati di previsione circa il 1° semestre del 2016. La composizione del panel e il tasso di adesione pari al 24% del totale addetti consente di fornire informazioni e linee di tendenza indicative per l'andamento dell'intera economia genovese.*

•••

Elementi di scenario

Nell'ultima parte del 2015 le tensioni delle principali variabili del quadro macroeconomico si sono consolidate. Il PIL mondiale avanza a passo più lento (+4%, contro il +5% nei primi anni duemila), mentre il commercio mondiale ha bruscamente frenato il suo tasso di crescita passato dal +3,3% del 2014 al +1,1% del 2015. Ciò deriva dal rallentato sviluppo delle economie emergenti, le cui importazioni pesano per più del 35% totale e che hanno significative ricadute sulle esportazioni. Oltre alla Russia e al Brasile, la debolezza della domanda degli emergenti riguarda anche la Cina, impegnata a spostare il baricentro della sua crescita dal manifatturiero (che è più intensivo di scambi internazionali) ai servizi. Pesa, infine, il termine della grande liberalizzazione multilaterale degli scambi. Nel 2015 sono aumentate nel mondo le misure protezionistiche, con effetto restrittivo sugli scambi internazionali.Il mercato petrolifero è caratterizzato da un enorme eccesso di offerta e le quotazioni sono in continuo calo.

D'altro canto, i tassi di interesse non sono mai stati così bassi nella storia monetaria, da quando esistono le banche centrali.

Infine, la debolezza dell'euro nei tassi di cambio è lo strumento attivato dalla BCE per ridare fiato alle asfittiche performance produttive in Europa.

Questi ultimi fenomeni hanno nel complesso un impatto positivo sul PIL italiano (il solo calo del greggio vale 21 miliardi di risparmi all'anno), ma sinora non si riscontrano segni evidenti di una ripresa solida. Nei mesi autunnali si era infatti avviata la ripartenza dell'economia italiana, tuttavia il lento recupero del PIL ha perso forza nel corso del 2015.

I motivi vanno rintracciati nella maggior prudenza degli operatori economici nel contesto nazionale, dalle imprese ai consumatori, mentre dal lato delle banche la forte selettività del credito rallenta la ripresa. In questo quadro di incertezza, il potenziale di crescita del Paese accusa il forte calo della domanda, della produzione, degli investimenti e dell'occupazione, cumulatosi in questi ultimi anni.

Nelle costruzioni, c'è un enorme stock di invenduto, soprattutto di immobili commerciali, benché la convenienza a comperare casa sia diventata altissima grazie al costo minimo dei finanziamenti.

Inoltre, la perdita di competitività, dovuta all'incremento del costo del lavoro, che è rimasto disallineato dalla produttività, ha contratto i margini e assottigliato la redditività degli investimenti.

Sull'andamento dell'occupazione, nel 2015 hanno avuto un ruolo importante l'introduzione degli sgravi contributivi per le assunzioni a tempo indeterminato, operativi da gennaio, e le nuove regole previste dal Jobs Act, entrate in vigore a marzo.

Sebbene gli effetti delle nuove norme non siano an-

cora compiutamente quantificabili, i dati disponibili indicano che le misure governative stanno avendo un impatto positivo: nei primi 10 mesi dell'anno, secondo i dati INPS, le nuove assunzioni a tempo indeterminato nel settore privato sono cresciute del 29,8% rispetto allo stesso periodo del 2014, mentre le trasformazioni sono aumentate del 16,3%. Nonostante ciò, nel mercato del lavoro italiano permarrà un ampio bacino di persone a cui manca lavoro (in tutto o in parte): ai quasi 3 milioni di disoccupati nel terzo trimestre 2015 bisogna aggiungere gli occupati part-time involontari e i non-occupati, che sarebbero disponibili a lavorare ma che non cercano o attendono l'esito di azioni di ricerca svolte in passato. In totale, si tratta di quasi 8 milioni di persone, delle quali 1,6 milioni disoccupati di lunga durata.
Con riferimento alle condizioni di finanziamento, nel 2015 le misure espansive della BCE hanno sostenuto l'espansione del credito. La vigilanza bancaria unica della BCE e il meccanismo unico di risoluzione di banche in crisi (operativo dal 2016), possono diffondere fiducia nel sistema, aiutando a far ripartire il mercato interbancario. Tutto ciò al netto delle fluttuazioni nel valore dei titoli bancari che si sono verificate a inizio anno.

L'economia genovese nel 2° semestre 2015

L'aumento di ordinativi registrato nella prima parte del 2015 si è tradotto, come prevedibile, in un aumento de fatturato complessivo a partire dal 2° semestre: +0,4% sul mercato domestico e +1,4% su quello in esportazione. Sul fenomeno pesa anche la dinamica pressoché immobile dei prezzi di vendita, dovuta alle tendenze deflattive tuttora in atto. In ogni caso, gli incrementi registrati sono ancora inferiori alle attese, così come molto lenta è la dinamica della produzione del settore manifatturiero, sebbene in miglioramento rispetto al risultato negativo del semestre scorso. Per le aziende genovesi, soprattutto le maggiori, ha pesato il brusco rallentamento del commercio internazionale avvenuto dall'estate in avanti; con il rallentamento delle esportazioni è contestualmente diminuito l'ottimismo degli operatori, rilevato dalle indagini qualitative trimestrali. I nuovi ordinativi da clienti italiani sono diminuiti di circa 3 punti percentuali, a fronte di una sostanziale stagnazione della dinamica di quelli provenienti dall'estero.
L'economia locale sconta ancora ampia capacità produttiva inutilizzata e bassa redditività. Ciò agisce da freno all'avvio di piani di investimento, così come la permanente selettività del credito.
Con riferimento ai singoli settori di attività, dopo il recupero segnato nel 1° semestre sono tornati a contrarsi gli ordini nel comparto manifatturiero, in particolare nei settori metalmeccanico e high-tech. Le merci passate per il Porto di Genova negli ultimi sei mesi del 2015 sono diminuite del 5,7% in termini di tonnellaggio totale; la movimentazione di containers è invece in linea con il risultato della seconda metà del 2014 se si prendono in considerazione come unità di misura i TEUS (-0,3%), ma si riduce anch'esso (-2,8%) in tonnellaggio.
Crescono invece i passeggeri di traghetti (+6,2%) e crociere (+3,6%).
Registrano risultati positivi le aziende operanti nei servizi

INDUSTRIA E SERVIZI
2° semestre 2015 su 2° semestre 2014

	Var. %
Fatturato Italia	0,4
Fatturato Estero	1,4
Ordini Italia	-2,9
Ordini Estero	0,1
Prezzi di vendita	0,3
Costo del lavoro	-1,6
Occupati in organico	-0,1

FONTE: ELABORAZIONE CENTRO STUDI CONFINDUSTRIA GENOVA

LOGISTICA
2° semestre 2015 su 2° semestre 2014

	Var. %
Fatturato Italia	0,3
Fatturato Estero	-0,2
Prezzi di vendita	0,5
Costo del lavoro	0,4
Occupati in organico	-0,4

FONTE: ELABORAZIONE CENTRO STUDI CONFINDUSTRIA GENOVA

TERZIARIO AVANZATO
2° semestre 2015 su 2° semestre 2014

	Var. %
Fatturato Italia	5,1
Fatturato Estero	5,4
Ordini Italia	2,1
Ordini Estero	8,1
Prezzi di vendita	1
Costo del lavoro	0,1
Occupati in organico	3,6

FONTE: ELABORAZIONE CENTRO STUDI CONFINDUSTRIA GENOVA

FINANZA E ASSICURAZIONI
2° semestre 2015 su 2° semestre 2014

	Var. %
Fatturato Italia[1]	-0,5
Fatturato Estero	0
Costo del lavoro	-14
Occupati in organico	-1,4

[1] Dato consolidato attraverso l'esame degli indici di raccolta per il settore bancario e premi/provvigioni per quello assicurativo

FONTE: ELABORAZIONE CENTRO STUDI CONFINDUSTRIA GENOVA

INDUSTRIA MANIFATTURIERA
2° semestre 2015 su 2° semestre 2014

	Var. %
Produzione	0,1
Fatturato Italia	- 2,7
Fatturato Estero	1,8
Giacenze prodotti	- 0,4
Ordini Italia	- 6,4
Ordini Estero	- 1,5
Prezzi di vendita	- 0,2
Costo del lavoro	- 1,5
Costo m. prime/semilavorati	- 1,4
Occupati in organico	- 1

FONTE: ELABORAZIONE CENTRO STUDI CONFINDUSTRIA GENOVA

TURISMO
2° semestre 2015 su 2° semestre 2014

	Var. %
Fatturato Italia	7,6
Fatturato Estero	0,2
Prezzi di vendita	5,6
Costo del lavoro	6,1
Occupati in organico	5,0

FONTE: ELABORAZIONE CENTRO STUDI CONFINDUSTRIA GENOVA

SANITÀ
2° semestre 2015 su 2° semestre 2014

	Var. %
Fatturato	4,1
Prestazioni	3,0
Prezzi di vendita	- 1,1
Costo del lavoro	- 0,7
Costo materiale consumo	- 0,5
Occupati in organico	0,8

FONTE: ELABORAZIONE CENTRO STUDI CONFINDUSTRIA GENOVA

INDUSTRIA E SERVIZI
Prospettive I° semestre 2016

	Var. %
Fatturato	1,8
Ordini	6,2
Esportazioni	3,3
Occupati in organico	0,3

FONTE: ELABORAZIONE CENTRO STUDI CONFINDUSTRIA GENOVA

alle imprese e gli operatori del turismo, le cui performance scontano un recupero significativo anche nel confronto con il 2° semestre 2014, colpito dagli eventi alluvionali.
Diminuisce la raccolta presso la clientela da parte degli istituti di credito, così come gli impieghi.
La dinamica occupazionale, come previsto nella scorsa rilevazione, non riesce ancora a smuoversi, sebbene vi siano alcuni aspetti dai quali emergono indicazioni positive. Le imprese genovesi consuntivano un calo degli organici pari al -0,1%, in coerenza con quanto previsto a giugno: ciò prolunga il trend imboccato dal 2010, eccettuata la flessione registrata nei due semestri del 2013.
Il ricorso alla CIG, rimasto alto nel 2014, si è progressivamente sgonfiato nel 2015: tra luglio e dicembre 2015 le ore autorizzate di Cassa Integrazione guadagni sono state inferiori del 26,2% rispetto a quelle dello stesso periodo dell'anno precedente. L'intervento ordinario è in flessione del 64,4% così come quello straordinario (che costituisce, in termini di ore autorizzate, l'87% del totale) in flessione del 3,2%. Anche la CIG in deroga risulta in forte decremento (-84,6%). Va detto, però, che il decreto n.148 del 2015 ha riordinato la normativa degli ammortizzatori sociali, riducendo di fatto la durata della cassa integrazione, e ciò potrebbe influenzare le decisioni di utilizzo dello strumento da parte delle imprese. La Cassa Integrazione in Deroga inoltre è di fatto eliminata dal 2016, fatti salvi gli interventi già programmati.

I SETTORI DI ATTIVITÀ
L'Industria manifatturiera e l'Edilizia

Nel primo semestre dell'anno l'attività produttiva delle aziende manifatturiere genovesi ha registrato progressi ancora non pienamente rispondenti alle attese formulate in base all'andamento degli ordini ricevuti nel semestre precedente. L'effetto trascinamento sul fatturato si è verificato, ma in misura contenuta e riferito solamente alla componente estera.
A ciò non si è accompagnata una capacità di rispondere alla ripresa della domanda interna che, anche in termini di nuovi ordini, appare più debole (-6,4% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente). Se a questo si aggiunge la flessione dei prezzi di vendita, si comprende la riduzione dei margini lordi dello 0,2%: il risultato non è peggiore grazie soprattutto alla dinamica del costo delle materie prime e dei semilavorati.
Al calo dell'occupazione di 1 punto percentuale contribuiscono soprattutto il settore metalmeccanico e quello dell'automazione, elettronica e telecomunicazioni.
L'Industria Metalmeccanica registra la perdita più pesante della produzione, che rispetto allo scorso anno cede il 4,8%. Nel primo semestre il risultato fu una contrazione di 13 punti percentuali, per cui il trend negativo non è invertito, ma solo ridimensionato. Il fatturato viene segnalato in diminuzione di quasi il 10% con riferimento alla clientela italiana, mentre verso l'estero scende del 3,6%. Gli ordinativi dall'estero flettono leggermente, fenomeno già iniziato nella prima parte del 2015, a cui tuttavia fa fronte un incremento di quelli interni del 3,8%.
Gli organici si sono ridotti di un ulteriore 1,8% e ciò ne fa il settore industriale che più di tutti è sotto pressione dal

punto di vista occupazionale. Il calo degli ordini presuppone nel breve termine un'ulteriore contrazione della produzione, ma nonostante ciò le aziende metalmeccaniche si attendono una prossima ripresa del fatturato e, in maniera più limitata, dell'occupazione.
Nel settore dell'Elettronica, dell'Automazione e delle Telecomunicazioni si assiste a un pesante ridimensionamento degli ordini, soprattutto relativi al mercato nazionale. Stazionari fatturato e produzione, mentre gli occupati diminuiscono dell'1,4%.
I dati dell'industria Cantieristica Navale confermano le indicazioni positive di inizio 2015 e accelerano i trend imboccati: la produzione è in aumento del 13,6%, così come il fatturato estero (+12,9%). Gli ordini sono in aumento e registrano, nella loro componente estera, incrementi sino al 16%. L'occupazione tuttavia non beneficia ancora di tali tendenze e cala dell'1%.
Con riferimento alla percentuale di utilizzo dei bacini di carenaggio e delle tonnellate di stazza lorda immesse, i dati indicano un incremento delle attività.
Cartai, Cartotecnici, Editori e Grafici continuano a vivere un periodo di forte contrazione della produzione (-5,5%). Il giro d'affari complessivo cala di oltre 7 punti percentuali, mentre gli ordini registrano un -0,8%, così come i margini lordi, che continuano a diminuire visto anche il maggior costo di materie prime e semilavorati.
Le aziende Tessili e del settore Abbigliamento denunciano una battuta d'arresto dell'attività produttiva, pari al -4,4%, cui si aggiunge una contrazione degli organici vicina al punto percentuale. Gli ordini tuttavia reggono e sono in rialzo (+0,7% componente interna, +1,4% componente estera), mentre il fatturato contratto oltreconfine subisce un incremento dell'1,4%. La performance dei colorifici spinge al ribasso i risultati delle aziende Chimiche, che mostrano una diminuzione della produzione e del fatturato (rispettivamente -4,9% e -2%), così come avviene per gli ordini ricevuti, in calo del 3,4% per entrambe le componenti. Al contrario, il settore della Farmaceutica recupera in termini di giro di affari complessivo, ma mantiene una dinamica degli ordini stazionaria.
Complessivamente, il comparto chimico-farmaceutico evidenzia un'ulteriore flessione dei margini operativi lordi pari al -2,5%, che segue la precedente diminuzione di 3 punti avvenuta nel primo semestre 2015. Anche l'occupazione mostra un calo (-0,5%). Le aziende si aspettano un incremento della produzione nella seconda parte dell'anno, accompagnato da sensibili recuperi in termini di ordinativi e fatturato, con particolare riguardo alla clientela estera.
All'interno dell'industria manifatturiera il miglior andamento rimane quello relativo all'Industria alimentare: le aziende del settore segnalano un aumento del giro di affari, con un distinguo tra i risultati ottenuti sul mercato locale e quelli derivanti dai rapporti con clientela straniera: il fatturato nazionale sale del 7,1% a fronte di un calo dell'8,5 di quello estero. Analoga dicotomia si riscontra negli ordini (+1% Italia, -8,3% estero).
Le previsioni esprimono preoccupazione per l'andamento dell'attività nella prima parte del 2016 con tutte le voci attese in calo.
Le aziende dell'Impiantistica e Manutenzione continuano a registrare aumenti in termini di fatturato (è necessario però ricordare le forti perdite registrate dal settore negli anni precedenti), ma il deciso calo degli ordini ricevuti (-7%) crea allarme per il primo semestre 2016. Continuano i cali nel settore dei Materiali da costruzione con flessioni di produzione (-5,2%), fatturato nazionale (-5,7%) e ordini (-0,4%), in parte compensati dalle componenti estere.
Per entrambi i settori nel breve termine non sono attesi segnali di rallentamento della recessione.
Con riferimento al settore edile, la stima formulata dall'Ance per il 2015 è ancora di una riduzione degli investimenti in costruzioni dell'1,3% in termini reali, dopo i significativi cali degli anni precedenti (-7% nel 2013 e -5,2% nel 2014). La stima, in linea con la previsione tendenziale formulata nell'Osservatorio Congiunturale di luglio scorso, tiene conto delle valutazioni delle imprese associate Ance, formulate nell'indagine rapida svolta nel mese di ottobre 2015 e degli indicatori settoriali disponibili. Il "sentiment" delle imprese associate conferma un'aspettativa di allentamento della crisi, come già evidenziato, per la prima volta dopo molti anni, nella precedente indagine di maggio 2015. Anche le dinamiche osservate nei principali indicatori settoriali evidenziano ancora flessioni, ma con livelli di intensità inferiore rispetto agli anni precedenti ed in alcuni casi si riscontrano anche dei primi segni positivi.
I dati Istat relativi agli investimenti in costruzioni registrano nel terzo trimestre 2015 un lieve calo tendenziale dello 0,3% a conferma di un allentamento della crisi settoriale, dopo i forti cali dei trimestri precedenti.
Un primo segnale positivo proviene dall'occupazione. Il numero di occupati nelle costruzioni, dopo 19 trimestri consecutivi di cali tendenziali, mostra, nel secondo trimestre 2015, una crescita del 2,3% su base annua. Nonostante ciò, dall'inizio della crisi il settore delle costruzioni ha perso in Italia 502.000 posti di lavoro (25,3%). Considerando anche i settori collegati la perdita complessiva raggiunge circa le 780 mila unità.
Con riferimento alle opere pubbliche, per la prima volta, dopo anni, la nota di aggiornamento del Documento di Economia e Finanza (DEF) di settembre 2015 conferma, come già annunciato nel DEF di aprile, un aumento della spesa prevista per investimenti fissi lordi della Pubblica Amministrazione, dopo i forti cali degli anni precedenti.
Secondo il documento, sono valutati aumenti tendenziali in valori correnti del 4,1% nel 2015, del 2,4% nel 2016 e del 2,5% nel 2017 (-6% nel 2014).
L'Ance stima che gli investimenti in nuova edilizia residenziale hanno subito un'ulteriore diminuzione nel 2015 pari 6,0% rispetto al 2014. La flessione dei livelli produttivi è legata al proseguimento del significativo calo dei permessi di costruire: secondo i dati Istat sull'attività edilizia, il numero complessivo delle abitazioni (nuove e ampliamenti) per le quali è stato concesso il permesso di costruire, dopo il picco del 2005 (305.706 unità), evidenzia una progressiva e intensa caduta a partire dall'anno successivo e, nel 2014, si stima che il numero di abitazioni concesse sia di circa 54.000, con una flessione complessiva che supera l'80%. Si tratta di uno dei livelli più bassi mai raggiunti.
Gli investimenti in riqualificazione del patrimonio abitativo, che rappresentano, nel 2015, il 36,3% del valore degli in-

vestimenti in costruzioni, sono l'unico comparto che continua a mostrare una tenuta dei livelli produttivi; rispetto al 2014 per gli investimenti in tale comparto si stima una crescita dello 0,8% in termini reali.
Il 2016 potrebbe rappresentare l'anno di svolta per il settore. La previsione dell'Ance è di un aumento dell'1% in termini reali degli investimenti in costruzioni, che interrompe il trend negativo in atto dal 2008.
L'inversione di tendenza sarà guidata dalla crescita del comparto della riqualificazione del patrimonio abitativo, dal cambio di segno nelle opere pubbliche, dopo un decennio di forti cali, e da un'attenuazione della caduta dei livelli produttivi nella nuova edilizia abitativa e nel non residenziale privato.

I Trasporti e la Logistica
Con riferimento alla sola seconda parte del 2015 il traffico merci passante per il Porto di Genova ha registrato una contrazione, sia in termini di tonnellaggio, che in termini di teus. Il superamento del record 2014 di traffico containerizzato è quindi ascrivibile al primo semestre dell'anno. In cifre, tale tipologia di traffico ha segnato una flessione del tonnellaggio pari al -2,8% e dei teus pari al -0,3%.
In totale il traffico merci si è ridotto di quasi 6 punti percentuali, in gran parte a causa della contrazione pari al 15,3% degli olii minerali. Nel secondo semestre anche il traffico relativo alla funzione industriale (rinfuse solide e traffici siderurgici) e alle rifuse liquide (oli vegetali, vino, prodotti chimici) è in diminuzione, rispettivamente del 7,5% e del 12,9%. Nell'arco del semestre solo le rinfuse solide e i bunker e provviste di bordo sono risultate in incremento: le prime dell'1,4%, le seconde del 13,6%. Tuttavia il peso delle due voci complessivamente incide per il solo 4,4% sul totale della merce movimentata nei sei mesi.
Migliora invece il movimento passeggeri, sia con riferimento al servizio di traghetti che al turismo crocieristico: nel primo caso l'aumento è nell'ordine del 6%, mentre le crociere vedono aumentare i propri clienti del 3,6%.
Per quanto riguarda i traffici dell'Aeroporto C. Colombo di Genova, nel periodo luglio - dicembre 2015 i movimenti totali degli aeromobili sono rimasti sostanzialmente invariati (-0,1% rispetto al secondo semestre 2014), mentre il numero di passeggeri in transito è aumentato dello 0,9%.
In questo contesto, i dati provenienti dalle aziende che operano nei comparti dei terminal portuali, dei depositi, della logistica e della movimentazione di merci e passeggeri indicano un leggero aumento del fatturato interno, con importanti distinguo tra settori.
Il giro di affari dei Terminal Operators nella seconda parte dell'anno ha registrato un incremento, pari al 3,4%, trainati dal comunque elevato volume di traffico containerizzato che il Porto di Genova ha fatto registrare nel semestre appena trascorso. Tuttavia, gli eccessivi costi che gli operatori devono affrontare fa si che i margini lordi siano in netta diminuzione (-8,8%). Al contrario, le aziende del settore Trasporti segnalano una leggera flessione del fatturato vicino allo 0,2%; a questo si accompagna una contrazione dei livelli occupazionali pari al -0,5%.
Per il composito andamento dei due settori, nel complesso il settore della logistica registra un modesto incremento del fatturato italiano (+0,3%) e, viceversa, una flessione per quello generato all'estero (-0,2%); gli occupati sono risultati in calo dello 0,4% nel confronto con la seconda parte del 2014.
Le previsioni a breve termine indicano un complessivo miglioramento dell'intero comparto, mantenendo però la dicotomia tra le due suddette dinamiche.

I Servizi di Terziario Avanzato
Le aziende del Terziario avanzato registrano variazioni positive in tutte le principali voci analizzate: il fatturato è in aumento di 5 punti percentuali e gli ordini salgono del 2% con riferimento ai contratti stipulati con clienti italiani e dell'8% per quelli con clientela straniera. Il fatturato è influenzato da un aumento dei prezzi pari all'1%.
Gli organici sono in aumento di oltre 3 punti percentuali.
Le aziende del settore ritengono che tale andamento, già migliorativo rispetto a quello osservato nei primi sei mesi, possa continuare a segnare il passo anche nel primo semestre 2016.
L'incremento del fatturato è dettato soprattutto dalle aziende di Consulenza, Ingegneria, Formazione e Ecologia: la componente interna è in rialzo del 5% e ancora migliore è la performance della componente estera, pari al +6,7%. Analogamente gli ordinativi segnano un incremento del 2% da clienti interni e del 9,6%. I margini lordi beneficiano di questi rialzi e si portano su livelli maggiori rispetto a quelli del 2014. Anche l'occupazione del settore registra l'aumento maggiore con gli organici in crescita di 3 punti percentuali. Le previsioni a breve termine sono ottimiste sul proseguimento del trend positivo.

GIANCARLO DURANTE
Direttore generale A-ESSE Spa
Sezione Industria Metalmeccanica

La crescita dell'industria automobilistica del 2015 ha trascinato positivamente tutte le aziende del comparto automotive e a differenza di quanto avvenuto nel precedente 2014, manifesta ora una sostanziale omogeneità e solidità. I volumi complessivi non hanno ancora recuperato il gap creatosi dal 2008 a oggi, ma la costante di crescita permette, oltre che far presagire un completo recupero nel 2017, una migliore pianificazione dell'attività produttiva e un conseguente miglior sfruttamento delle risorse disponibili. La preoccupazione nasce dallo scenario economico globale, che evidenzia una situazione di difficile interpretazione. Gli elementi che storicamente hanno costituito una chiave di lettura del contesto macro economico evidenziano, oggi, tendenze disomogenee e contrastanti fra loro. Prezzo del petrolio ridotto, tassi ai minimi storici e cambio dell'euro debole sono fattori in pieno contrasto con la lenta crescita che si sta manifestando e che genera segnali di instabilità poco rassicuranti. La sfida sarà ancora giocata da innovazione, qualità ed efficienza che, per quanto riguarda il nostro settore di appartenenza, sono risultate sempre carte vincenti.●

Allo stesso modo, anche il fatturato delle aziende operanti nel settore dell'Informatica è in crescita, sebbene con distinguo nell'entità tra mercato italiano (+5,2%) ed estero (+2,2%). Tale fenomeno si ripresenta da ormai due semestri, ma sempre con variazioni positive via via maggiori. Gli ordini da clienti nazionali sono aumentati del 2,4%, mentre quelli esteri mostrano una variazione migliore, pari al +4,8%. Le aziende inoltre hanno evidenziato un incremento degli organici e dei margini lordi.
Le previsioni espresse lo scorso semestre dalle aziende operanti sui mercati immobiliari si sono puntualmente verificate: gli operatori del settore hanno consuntivato un aumento più marcato del fatturato nella seconda parte dell'anno rispetto al precedente e anche la dinamica degli ordini è in crescita del 4%. Infine, gli imprenditori impegnati nel ramo della Comunicazione hanno dichiarato un complessivo aumento del fatturato nel semestre appena trascorso, in rialzo di 3,7 punti percentuali. È il secondo aumento di tale entità riscontrato consecutivamente e può essere una svolta importante per la ripresa dell'attività. A conferma di ciò si segnala l'interruzione dell'erosione dei margini lordi sinora patita.

La Finanza e le Assicurazioni
Nella seconda parte del 2015 gli istituti di credito iscritti a Confindustria Genova hanno visto ridursi la raccolta presso la clientela, sia di tipo diretto (-0,3%), sia indiretto (-1,3%). A calare sono anche gli impieghi, nella misura dell'1%. A seguito di tali indicazioni, i margini lordi subiscono un'ulteriore erosione e registrano una variazione negativa del 7% rispetto allo stesso periodo del 2014. La dinamica occupazionale continua a essere caratterizzata da fuoriuscita di personale, nella maggior parte dei casi accompagnato alla pensione o comunque agevolato all'uscita, per abbassare il costo del lavoro a carico degli istituti (che registra un -16,3%): i riflessi di questo fenomeno si notano nella riduzione degli occupati (-2%). Le previsioni si orientano verso un tenue rialzo della raccolta diretta e degli impieghi nella prima parte di 2016, ma rimangono in contrazione la raccolta indiretta e gli occupati in organico. Il comparto assicurativo, al contrario, vede crescere i premi e le provvigioni dell'1,8% e si riscontra una tendenza dell'occupazione positiva. Nel complesso l'intero settore bancario-assicurativo subisce una diminuzione del fatturato pari allo 0,5% e dell'occupazione dell'1,4%.

Il Turismo
Gli operatori turistici genovesi nella seconda parte del 2015 hanno visto crescere il fatturato connesso alla loro attività. Il settore turistico è quello che più di tutti sta vivendo un periodo di espansione, trainato dalle iniziative istituzionali e private che stanno rendendo la città una importante meta turistica per diversi target di mercato. È bene inoltre tenere presente che i risultati ottenuti nel semestre derivano dal fatto che nel periodo di confronto (2° semestre 2014) si era assistito a una forte diminuzione dell'attività dovuta agli eventi alluvionali che avevano colpito la città di Genova.Secondo la rilevazione del Centro Studi di Confindustria Genova, nel secondo semestre 2015 gli alberghi a quattro e cinque stelle presenti sul territorio metropolitano hanno visto complessivamente aumentare la redditività delle camere vendute. Infatti, nonostante la percentuale di occupazione delle camere sia leggermente scesa (dal 68,3% al 67,2%), i ricavi sono connessi sono incrementati del 6%.

La Sanità
Le aziende della sanità privata hanno invertito il trend negativo che ha caratterizzato i primi sei mesi del 2015.
Il fatturato è in rialzo del 4,1% e le prestazioni del 3%, a fronte di un andamento dei prezzi che è in calo di oltre 1 punto percentuale. Oltre a ciò, il minor costo delle materie prime fa sì che i margini lordi siano in crescita rispetto al secondo semestre 2014.

Le prospettive per il 1° semestre 2016
Secondo i dati raccolti attraverso il panel delle imprese partecipanti all'indagine di Confindustria Genova, nella prima parte del 2016 si dovrebbe assistere a un aumento del fatturato e degli ordinativi, con particolare riferimento all'attività con l'estero.
A livello nazionale, il Centro Studi di Confindustria prevede che il PIL crescerà all'1,4% nel 2016 e all'1,3% nel 2017. Nel 2016 il recupero sarà più forte, grazie al trascinamento positivo (che era stato negativo nel 2015). Di fatto il passo dell'economia italiana sostanzialmente non muterà rispetto a quanto osservato nel corso del 2015. Da questo punto di vista rimangono rischi al rialzo, per la possibilità di effetti più ritardati del previsto delle potenti spinte derivanti dai fattori esterni. Contribuiranno al maggior incremento del PIL anche una migliore congiuntura economica nell'Eurozona e l'accelerazione del commercio internazionale (due facce in parte della stessa medaglia), che quest'anno ha rallentato più di quanto atteso.

MAURIZIO RICCI
Amministratore delegato IB
Sezione Terziario

Crescita lenta ma costante per la nostra azienda, a tratti entusiasmante, a tratti faticosa, che ci ha visti e ci vede tuttavia sempre in movimento. I risultati di mercato sono interessanti ma è bene ricordare che rappresentano la naturale conseguenza di alcune scelte strategiche operate negli ultimi anni: da un lato ci siamo maggiormente aperti ai mercati internazionali, dall'altro abbiamo rafforzato unioni e sinergie con player importanti e così complementari che ci stanno restituendo risposte significative. Tali segnali positivi, seppure timidi, ci hanno spinti a due azioni tanto impegnative quanto necessarie: rafforzare l'organico, puntando su una verticalizzazione delle competenze, innovare le soluzioni ed i prodotti software, approfondire la conoscenza dei processi industriali per poter supportare adeguatamente i clienti e per competere nel panorama attuale in cui, qualunque modello di business, per quanto valido ed efficace, può essere improvvisamente soverchiato da logiche molto poco "governabili".

CONFINDUSTRIA

In partnership con le imprese

di Guido Conforti

Il Piano Marketing del 2015 porta in Associazione 88 nuove aziende di cui 15 startup, e raggiunge l'obiettivo "zero aziende silenti".

Winnnet™

Il Piano Marketing del 2015 ha avuto l'obiettivo primario di migliorare e potenziare il piano dell'offerta di servizi a vantaggio delle aziende, integrato tra i servizi forniti dall'Associazione a fronte della quota associativa e quelli forniti da Ausind sulla base di specifiche necessità.
In un momento di evidente evoluzione dell'associazionismo di categoria e dopo sette anni di crisi che hanno colpito pesantemente il nostro sistema produttivo, anche Confindustria Genova ha cercato di riposizionare le proprie strategie di sviluppo sulla base delle nuove esigenze segnalate dalle imprese.
Nel fare questo, è via via maturata la convinzione che il ruolo delle associazioni dovesse affiancare alle consuete attività di rappresentanza e di servizi tradizionali, altre funzioni ancor più specialistiche, in grado di supportare le imprese in una vera e propria partnership mirata al loro specifico business.
Non a caso, il marketing di Confindustria Genova comunica un claim riassuntivo di questa promessa: "Un'associazione a valore aggiunto", dove il valore che si propone di valutare è quello che migliora il conto economico sotto forma di maggiori ricavi ovvero di minori costi, ovvero che promuove e salvaguardia il patrimonio aziendale.
Molta attenzione, quindi, è stata dedicata anzitutto a sviluppare le opportunità di operare tanto sui mercati esteri che su quelli interni. Da questo punto di vista, il 2015 è stato caratterizzato dalla nascita di nuovi servizi per aiutare le imprese, soprattutto di piccola dimensione, ad affacciarsi sui mercati internazionali: è nato il nuovo Club Internazionalizzazione, si sono formalizzate le collaborazioni con Comark per la messa a disposizione di Export specialist e con Opportunity Network per la valutazione di investimenti in Paesi stranieri, si è deciso di rendere possibile l'adesione come soci aggregati di imprese estere, che abbiano o intendano avviare interessi economici con il nostro territorio (ad esempio, compagnie aeree, tour operator, società di investimento ecc.).
Viceversa, il 2016 si propone di essere l'anno in cui diverrà operativo un più ambizioso progetto volto a creare un marketplace tra tutte le imprese associate, per promuovere e sviluppare l'insieme dei beni e servizi da esse stesse prodotte; un'offerta nel suo complesso già oggi imponente, stimata in circa 20 miliardi di euro e che ha nelle stesse aziende associate e nei circa 60.000 loro dipendenti un mercato potenziale di circa 15 miliardi di euro, di cui almeno 3,5 rappresentato dal volume delle transazioni attuali. Il progetto si avvale di un trademark già registrato, Winnnet, che richiama la prospettiva di un triplo vantaggio: per i venditori con lo sviluppo dei loro fatturati, per gli acquirenti con il soddisfacimento delle loro necessità di approvvigionamento a costi inferiori, per l'Associazione stessa con la più concreta possibilità di fidelizzare le proprie imprese e promuovere nuove adesioni.
Per quanto riguarda i nuovi servizi che si propongono di efficientare la struttura dei costi, si è avviata un'attività volta a soddisfare le richieste collettive

per acquisto dei beni indiretti, sull'esempio di quanto già accade da tempo in materia di energia elettrica; si è lanciato un servizio di check-up sulla conformità normativa e gestionale su tutti gli aspetti che riguardano la natura "fisica" dell'azienda (impatto ambientale, gestione dell'immobile e degli impianti, sicurezza dei lavoratori, uso dell'energia); connesso a questo, si è proposto un servizio a "success fee" riguardante la corretta applicazione della base imponibile per la tariffa TARI. Inoltre, si è definito un nuovo servizio volto a supportare sull'intero processo le richieste di finanziamento agevolato verso la Regione e le altre Istituzioni erogatrici, si è costituito il Club Lavoro e nell'ambito della gestione delle risorse umane è partito un progetto a livello di sistema ligure per la fornitura di servizi in tema di welfare aziendale. Sul versante degli "intangibles", molto si è lavorato per integrare il sistema locale dell'innovazione, rispetto al quale va segnalata la nascita a ottobre scorso del primo Innovation Hub italiano, secondo un modello di intervento sviluppato in partnership con la Fondazione Ricerca & Imprenditorialità. E ancora, molto si è fatto per sostenere l'attività specifica delle Sezioni e dei Gruppi, autentiche cellule vitali della nostra struttura associativa.

A tale proposito si è strutturato un percorso dedicato alla formazione dei Presidenti e dei Segretari e in quasi tutte le Sezioni almeno una riunione di Consiglio è stata dedicata per esaminare congiuntamente i contenuti del Piano marketing e le sue connessioni con la realtà specifica della Sezione stessa. Per fornire un servizio sempre più vicino alla realtà delle singole imprese, oltre ai sei Club tematici, si è formato un Club territoriale in Valle Scrivia dove si è tenuto un Open Day sui nuovi servizi, analogamente a quanto organizzato nel Tigullio, in Val Polcevera e ad Arenzano. A conclusione del 2015 l'obiettivo che il past President Giovanni Calvini aveva lanciato qualche anno fa, ovvero di avere "zero aziende silenti", cioè zero aziende che non avessero rapporti attivi con l'Associazione, è stato raggiunto. Un obiettivo minimo forse, ma anche una base concreta da cui partire per arricchire di valore i contatti a questo punto rinsaldati con tutte le imprese associate.

In questo contesto e con queste premesse, che sono frutto di un lavoro di squadra che ha coinvolto tutta la struttura associativa, è con una certa soddisfazione che possiamo constatare come il 2015 si sia caratterizzato come un anno di svolta rispetto al passato. Finalmente, l'insieme delle imprese associate e dei loro dipendenti ha smesso di erodersi e la curva del consuntivo annuale ha preso a risalire. Il saldo tra nuovi iscritti e cessati è risultato positivo per 16 aziende e 1.638 addetti e a regime il contributo dei nuovi associati supera quello teoricamente do

Come per l'economia italiana, la strada per tornare ai livelli pre-crisi è ancora lunga, ma l'importante è invertire la tendenza, far convergere forze positive.

Con particolare piacere salutiamo tra le 88 nuove aziende associate, 15 startup. Senza voler indulgere alle mode, è il segnale di un'associazione che si rinnova e che può guardare con fiducia al proprio domani.●

L'INTERVISTA

di Piera Ponta

Numerose le azioni avviate con l'obiettivo di imprimere una svolta economica positiva nella regione e creare condizioni favorevoli alla crescita delle imprese e all'attrazione di investimenti.

LIGURIA protagonista

Giovanni Toti

"Ci siamo concentrati su azioni volte a far ripartire le imprese, attivando anche nuovi strumenti finanziari"

"Per attrarre investimenti abbiamo previsto l'esenzione totale dell'Irap per le aziende che creeranno sviluppo e occupazione"

"I riflettori si sono finalmente accesi sulle meraviglie di questa regione"

In campagna elettorale, Giovanni Toti aveva promesso di far ripartire l'economia della Liguria secondo un preciso cronoprogramma. A otto mesi dalla sua elezione a Presidente della Regione, Toti non si fa illusioni sulla lunghezza e sulle difficoltà del cammino, ma è soddisfatto nel tracciare il consuntivo di questi otto mesi di governo, che ha visto l'avvio di molte importanti iniziative - prima fra tutte, il Growth Act.

•••

Presidente, come procede l'avanzamento del suo piano di attività rispetto alle previsioni?
Per questi primi 8 mesi di governo sono molto più che soddisfatto: abbiamo approvato molti provvedimenti di legge, avviato un percorso di modernizzazione e di sviluppo, proprio come avevamo preannunciato in campagna elettorale. Stiamo rispettando alla

lettera il nostro cronoprogramma, stilato per dare un orizzonte temporale alla nostra azione di governo. Non posso negare che abbiamo alcuni problemi, tutti ereditati dal passato, che stiamo cercando di risolvere in brevissimo tempo, è l'inizio di un cammino che sarà ancora lungo e durerà, come minimo, cinque anni. Ci siamo concentrati su azioni volte a fare ripartire le imprese locali, in primo luogo attivando una serie di strumenti finanziari che potessero dare ossigeno e liquidità di cassa a tutte quelle aziende, sottodimensionate, che producono eccellenze, ma che, a causa del perdurare della crisi economica e delle nuove regole imposte dall'Europa al sistema bancario, hanno subito una maggiore stretta creditizia. Sfruttando i fondi europei Por Fesr, abbiamo attivato il Tranched cover, un fondo di garanzia regionale che potrà liberare 80 milioni di risorse a disposizione di aziende anche di piccole e piccolissime dimensioni. L'accesso al credito è il primo passo per fare ripartire l'economia su scala regionale incentivando, contemporaneamente, le nostre aziende a rinnovarsi e puntare su produzioni ad alto livello di innovazione. Proprio in questi giorni, partiranno nuovi bandi per 10 milioni di euro rivolti alle imprese che fanno innovazione di prodotto e di produzione, puntando sulla ricerca. Tra i provvedimenti presi come il Piano Casa, il Piano digitale, il Piano di revisione del commercio e la Riforma sulla raccolta dei rifiuti, mi preme soprattutto evidenziare il Growth Act, il Piano di crescita e semplificazione, adottato a favore delle imprese, dell'agricoltura e della cultura che ha l'obiettivo di far svoltare dal punto di vista economico questa regione.

Nella sua assemblea pubblica del novembre 2015, Confindustria Genova ha invitato istituzioni e imprenditori a riflettere sul futuro della nostra città, a individuare le ragioni per cui si dovrebbe investire sul nostro territorio o, ancora, perché si dovrebbe continuare a farlo, in un contesto generale obiettivamente meno favorevole rispetto ad altri in Italia. La sfiducia sembra vincere sull'ottimismo. Il Growth Act può essere una risposta?
Il Growth Act o Legge sulla crescita è il provvedimento che indica una nuova visione per lo sviluppo della Liguria. Pensiamo che questo provvedimento, insieme al Piano Casa, possa far svoltare dal punto di vista economico la nostra regione. È evidente che manchino ancora molte declinazioni alla legge, ma stiamo lavorando per dare gambe e braccia a un'idea di crescita per il territorio che vuole semplificare la vita delle imprese, attrarre investimenti, dare migliori e più efficienti servizi ai cittadini rendendo finalmente la Liguria un luogo dove sia bello vivere, lavorare e trascorre il tempo libero. Con il Growth Act prevediamo di poter liberare 272 milioni di euro con la riduzione dell'Irap, l'istituzione di un Fondo strategico regionale, il supporto alle imprese ad esempio nell'accesso ai bandi europei, semplificazione e riduzione dei procedimenti amministrativi. Per attrarre nuovi investimenti, abbiamo previsto l'esenzione totale dell'Irap per cinque anni per le aziende che verranno nella nostra regione a creare sviluppo e occupazione: identica agevolazione è prevista anche per le startup per le quali prevediamo sistemi di premialità nei bandi legati all'innovazione.

Con la riforma del Senato, tornano di esclusiva competenza dello Stato alcune materie, come le infrastrutture strategiche e il piano energetico, che la precedente riforma costituzionale aveva affidato alle Regioni; inoltre, secondo il tanto discusso art. 2, la Liguria potrà mandare a Palazzo Madama solo due senatori, quanto la Valle D'Aosta e le provincie autonome di Trento e Bolzano. All'atto pratico, quali possono essere le conseguenze di tali misure per la nostra regione?
È una pessima riforma che riduce le autonomie regionali, senza per questo costruire più efficienza. La riforma, lungi da fare chiarezza definitivamente sulle rispettive competenze di Stato e Regioni, crea ulteriori pasticci e non è chiaro neppure quale esattamente sarà il ruolo del nuovo Senato e quello della Conferenza delle Regioni. Come per la riforma delle Provincie non porterà né risparmi, né efficienze, né maggiore efficacia amministrativa, ma sarà solo un ulteriore pasticcio e serviranno anni per rimediarlo. È un provvedimento voluto solo ed esclusivamente per scopi propagandistici. Quello che invece occorrerebbe ora è una seria riforma che accorpi le regioni in macro aree e altrettanto si dovrebbe fare con i piccoli comuni. Ancora una volta, nella pubblica amministrazione, la riforma francese, basata su macro regioni e dipartimenti, purtroppo batte l'Italia di molti punti.

Esiste - o esisterà - un piano di marketing territoriale per la Liguria?
Vogliamo che il turismo sia uno dei motori per lo sviluppo della Regione Liguria. Esporteremo il nostro "marchio" in tutto il mondo attuando strategie di comunicazione e di marketing. Abbiamo iniziato con Liguria d'inverno, una campagna pubblicitaria per aumentare i turisti durante le vacanze natalizie, e i risultati non si sono fatti attendere con il 20% in più di presenze nella nostra regione rispetto al 2014. Dopo anni di assenza la Regione Liguria è inoltre tornata al Festival di Sanremo, grazie alle cartoline promozionali trasmesse durante le cinque serate e anche grazie alle molteplici presenze sulle tv che hanno raccontano le nostre eccellenze. Le cartoline sono state viste ogni sera da oltre 10 milioni di telespettatori, più di 350 mila le visualizzazioni dello spot video sui social network. A breve partirà la campagna turistica primaverile "Weekend in Liguria": diverse strutture ricettive offriranno il pernottamento della domenica a chi soggiornerà venerdì e sabato. Insomma il vento è cambiato e soffia su una Liguria che vuole essere sempre più protagonista, i riflettori si sono finalmente accesi sulle meraviglie di questa regione e non intendiamo spegnerli più.

worldwide experience
worldwide solutions

Da oltre 15 anni collaboriamo con i nostri clienti per progettare e ottimizzare la catena del valore aziendale in un mondo sempre più globalizzato, operando dalla ricerca e approvvigionamento di prodotti di qualità allo studio e fornitura di macchinari e impianti per la produzione.

La nostra esperienza internazionale – manifatturiera e commerciale – e un approfondito approccio "problem-solving" ci permettono di offrire soluzioni su misura sia alla grande impresa che alla PMI.

TOB ENGINEERING
INDUSTRIAL TECHNOLOGIES

www.tb-engineering.com

L'unione che conviene.

Grazie all'accordo fra **UnipolSai Assicurazioni** e **RetIndustria**, i titolari delle imprese e i loro familiari conviventi, potranno beneficiare di condizioni e tariffe di particolare favore per la tutela della persona, della famiglia, della casa e programmi personalizzati di integrazione pensionistica e piani di risparmio.

la tua mobilità

-costi +servizi

Assicura la tua auto e risparmia su RCA, su gli autocarri c/p e Incendio e Furto. Installa gratis la **scatola nera**: scopri servizi innovativi e ulteriori sconti.

la tua casa

Offri maggiore protezione alla tua casa e alla tua famiglia con la polizza multirischi.

la tua protezione

Assicura la serenità tua e della tua famiglia con le soluzioni ***Infortuni e Salute.***

il tuo lavoro

La tranquillità di una protezione su misura specifica per l'impresa.

il tuo risparmio +vantaggi

Investi in modo sicuro, proteggi i tuoi risparmi e garantisci un futuro sereno alla tua famiglia.

rate mensili **tasso zero** fino a 5.000 €

*Grazie a **UnipolSai SOLUZIONI** hai a disposizione una vasta gamma di prodotti da pagare in comode rate mensili a tasso zero*.*

*Approfitta ora di questa opportunità: **puoi finanziare fino a 2.500 euro e fino a 5.000 euro se hai una partita iva.***

CONVENZIONE RETINDUSTRIA - UNIPOLSAI

Offerte esclusive riservate ai titolari delle imprese associate a confindustria e ai loro familiari conviventi.

RETINDUSTRIA Azienda Partner

UnipolSai ASSICURAZIONI

*** Offerta soggetta a limitazioni. Per tutti i dettagli rivolgersi all'Agenzia.** Il pagamento del premio potrà essere effettuato tramite un finanziamento di Finitalia S.p.A., società del Gruppo Unipol, a tasso zero (TAN 0,00%, TAEG 0,00%) da restituire a rate mensili. Esempio: importo totale del premio € 550,00 – TAN 0.00% – Commissioni di acquisto 0,00% - importo totale dovuto dal cliente € 550,00 in 11 rate mensili da € 50. Tutti gli oneri del finanziamento saranno a carico di UnipolSai Assicurazioni. La concessione del finanziamento è subordinata all'approvazione di Finitalia S.p.A.

Messaggi pubblicitari con finalità promozionale:
· prima di aderire all'iniziativa, consultare le Informazioni europee di base sul credito ai consumatori (SECCI) e l'ulteriore documentazione prevista dalla legge disponibili in agenzia e sul sito **www.finitaliaspa.it**
· prima della sottoscrizione della polizza leggere il Fascicolo Informativo disponibile in agenzia e sul sito **www.unipolsai.it**

DOSSIER

#genovadoveandiamo

Un buon **inizio**

L'anno scorso, con il dossier "Progetti per lo sviluppo", abbiamo voluto monitorare lo stato di avanzamento dei 10 grandi temi intorno ai quali, a nostro avviso, si giocava (e si gioca) l'avvenire prossimo di Genova: le aree per le attività produttive e per la cantieristica navale; il Parco Scientifico e Tecnologico degli Erzelli; la nuova programmazione dei fondi comunitari; la privatizzazione delle società pubbliche; l'efficientamento del sistema sanitario; la Città metropolitana; la riduzione della fiscalità locale e di quegli oneri, anche di ordine amministrativo, che disincentivano l'attrazione di investimenti e lo svolgimento di attività economiche sul territorio; il potenziamento del sistema autostradale e dell'aeroporto; la legge di riforma portuale.
Il dossier di quest'anno, "#genovadoveandiamo", riprenderà quei progetti e ne tratterà di nuovi, riallacciandosi al filo rosso della nostra assemblea pubblica del 20 novembre 2015, ovvero le ragioni (di chi fa impresa, di chi lavora, di studia) per venire e per restare a Genova. Tra i buoni motivi, in questo numero, troviamo il treno veloce Genova-Milano, i voli di Air France KLM e di Volotea, un sistema di collegamento efficiente e innovativo tra aeroporto e città, il Nuovo Galliera, un'offerta turistica di qualità.
Le opportunità per attrarre investimenti esistono, purché siano assicurati tempi certi e condizioni di insediamento paragonabili a quante si trovano altrove: la firma, negli scorsi giorni, dell'accordo tra Ilva in amministrazione straordinaria e Ansaldo Energia per la cessione delle aree esterne allo stabilimento di Cornigliano, cui hanno contribuito le istituzioni a tutti i livelli, segna un punto a favore della città. L'accordo consentirà ad Ansaldo Energia di mantenere a Genova il piano di investimenti e di costruire il capannone per l'assemblaggio delle turbine a gas prodotte nello stabilimento di Campi: risorse e competenze che restano sul territorio.

DOSSIER

di FABIO CAPOCACCIA

#genovadoveandiamo

Contro l'isolamento

Treni veloci per collegare Genova con Milano, Firenze e Roma: alternativa possibile, alla luce del piano di investimenti ferroviari varato dal Governo che assegna priorità alle linee inserite nella rete TEN-T, di cui la nostra città è terminale del corridoio Reno-Alpi.

#genovadoveandiamo #genova

COLLEGAMENTI GENOVA

Nel maggio del 2015, a seguito di una sollecitazione, assai opportuna, da parte dell'assessore Emanuele Piazza del Comune di Genova, il nostro Istituto (IIC) ha condotto uno studio su possibili miglioramenti, attuabili in tempi brevi, dei collegamenti ferroviari da Genova in tutte le principali direzioni: Milano, Roma, Torino, Nizza. Lo studio rispettava tre regole rigide: 1) linee attuali, senza attendere i programmati potenziamenti; 2) materiale rotabile di normale dotazione, ma scelto in modo più adatto alle linee; 3) filosofia punto-punto, con accurata scelta delle stazioni di arrivo/partenza e riduzione al minimo delle soste intermedie. Obiettivo: creare tre coppie di treni (mattino, metà giornata, sera) a uso dei pendolari intercity e degli utenti business. Il punto di partenza è la constatazione, di fatto, dell'isolamento della nostra città, unica tra le grandi città italiane a non essere lambita dall'Alta Velocità (AV), e a trovarsi di fatto emarginata nel quadro della recente politica ferroviaria italiana, focalizzata quasi esclusivamente sull'AV. Lo studio ha avuto diffusione parziale, essendo utilizzato essenzialmente come tema di discussione con Regione, Comune, Confindustria e Camera di Commercio. Il tema ha successivamente avuto, nel mese di ottobre, un inatteso rilancio, a seguito dell'interruzione della linea aerea low-cost per Roma. In quell'occasione, i vertici di Aeroporto Spa dichiaravano improbabile il ripristino, anche con vettori diversi, del low-cost su Roma, visti i recenti ricorrenti abbandoni (sette negli ultimi dieci anni). L'operatore nazionale "ex-bandiera", come prevedibile, si è affrettato ad approfittare della cessata concorrenza con un'impennata delle tariffe. Da qui il rinato interesse per la ferrovia anche su questa relazione (già oggi sotto i 600 km il treno è competitivo in tutta Europa). Vale quindi la pena di riesaminare con attenzione l'alternativa ferroviaria a tutto campo, chiedendo a gran forza un'azione politica di sensibilizzazione a livello nazionale (Governo e Ferrovie). Dallo studio, ovviamente più ampio, possono essere qui riportate alcune valutazioni esemplificative, relative alle due relazioni più importanti per Genova: Milano e Roma. I tempi indicati vanno intesi come valori-obiettivo, che dovranno certamente fare i conti con la disponibilità delle tracce e con la compresenza dei treni locali. Milano. Due anni fa proprio il nostro Istituto aveva proposto l'attivazione di un servizio diretto per Expo 2015, che prevedeva l'attestazione del treno su Rogoredo e la prosecuzione per Rho-Fiera attraverso il cosiddetto "passante ferroviario". Tempo di percorrenza circa 1 ora su Rogoredo e altri 28' per il passante: totale un'ora e mezza. La proposta non aveva avuto molto successo, essendo stata attuata solo in parte e in ritardo, con una sola coppia di treni nel fine-settimana con orari più rilassati. Questo stesso concetto può essere riproposto ora per il Genova-Milano, con attestazione anche in questo caso su Rogoredo. La scelta di Rogoredo consente di collegarsi alla rete metropolitana risparmiando dieci minuti rispetto a Milano Centrale (di più se si considerano i frequenti ritardi dovuti alla congestione dell'accesso alla Stazione Centrale nelle ore di punta). Il pendolarismo giornaliero Genova-Milano è notevolmente diffuso, come dimostrano le recenti proteste di Assoutenti

per l'eliminazione di un treno. Con riferimento quindi alle esigenze dei pendolari, sarebbero sufficienti due elettrotreni al mattino, con arrivo utile a Milano-Rogoredo per le 8.00 e 9.00, e rientro a Genova con partenze alle 17.30 e 18.30, tendenzialmente servizi rapidi senza soste intermedie con circa un'ora di percorso. Tale valutazione è stata ottenuta partendo dalle migliori percorrenze dell'orario attuale e calcolando gli effetti del materiale rotabile e delle soste intermedie. Il servizio dovrebbe essere integrato a regime da una corsa a centro giornata nelle due direzioni. Roma e Firenze. Le due destinazioni vengono affrontate congiuntamente, in quanto - come noto - Roma può essere raggiunta velocemente solo via Firenze per poter trarre vantaggio dalla linea AV per Roma. Il problema è oggi particolarmente sentito: da ottobre, come già detto, il treno rappresenta la sola alternativa low-cost rispetto all'aereo, però deve essere competitiva non solo come costo, ma anche come tempi di percorrenza da origine a destinazione (l'esperienza sul Milano-Roma dimostra che tre ore sono ritenute competitive con l'aereo, tenendo conto che il treno rispetto all'aereo risparmia i tempi di check-in e trasferimento). Oggi esiste un solo treno via Firenze (andata la sera con ritorno al mattino dopo, evidentemente disegnato su tracce più facilmente disponibili, ma non utili per i genovesi): il FrecciaBianca 9787 che, nei momenti migliori (orario estivo 2015), parte da Genova-Brignole alle 19.15 e arriva a Firenze Campo di Marte alle 21.34 e a Roma alle 22.54. Meno di 4 ore (3h39') per raggiungere Roma, contro le 5 ore dei servizi Intercity e le 4 ore abbondanti del FrecciaBianca "tirrenico". Ma non è con un treno, oltretutto orientato per i romani che vengono a Genova, che si risolve il problema. Un servizio accettabile presuppone almeno tre coppie di elettrotreni (mattino, mezzogiorno e sera). In un'ottica regionale, il treno potrebbe partire da Savona un po' prima delle 6.00 e da Genova alle 6.30, con le sole fermate di La Spezia e Firenze, e l'arrivo su Roma Tiburtina: questo consente di risparmiare una ventina di minuti almeno sui tempi attuali del FrecciaBianca 9787, arrivando a Firenze alle 8.30 e a Roma Tiburtina alle 9.40. Firenze diventa finalmente accessibile da Genova in 2 ore e Roma in 3h10'; da Savona, con mezz'ora in più. In definitiva, questo sembra il momento opportuno per concentrare l'attenzione su questo tema, per una serie di motivi. Il recente piano di investimenti ferroviari varato dal Governo assegna priorità alle linee inserite nella rete TEN-T: Genova non sarà sul tracciato di AV nazionale, ma sulla rete TEN-T Europea è addirittura il terminale del corridoio Reno-Alpi. Le ferrovie hanno ottenuto nel 2015 la consegna di 38 ETR 1000, adatti solo all'AV, che dovrebbero tuttavia rendere disponibili per noi treni meno veloci, ma più adatti alle nostre linee, come i pendolini di ultima generazione (ETR 480 e 600), che raramente vediamo nelle nostre stazioni. Infine, l'attenzione posta recentemente su questo tema dai vertici di Regione e Comune è condizione indispensabile per attirare su Genova l'attenzione che in passato non ci è stata accordata.●

Fabio Capocaccia è Presidente dell'Istituto Internazionale
delle Comunicazioni - Osservatorio sulla Città

DOSSIER

di VINCENZO CELLARIO SERVENTI

#genovadoveandiamo

Treno, cabinovia, aereo

Una fermata ferroviaria tra Cornigliano e Sestri Ponente collegata al Colombo da una cabinovia di nuova concezione: è l'ambizioso progetto GATE 1.

#genovadoveandiamo #genova

GATE, acronimo di "Genoa Airport: a Train to Europe", è un progetto complesso finalizzato al collegamento tra l'aeroporto di Genova e la vicina linea ferrovia Genova-Ventimiglia (GATE 1), nonché alla realizzazione di un polo intermodale di interscambio tra le diverse modalità di trasporto ed il successivo collegamento con il Parco scientifico e tecnologico di Erzelli (GATE 2).
GATE 1 - che ha come soggetti beneficiari Regione Liguria, Comune di Genova, Società per Cornigliano e Aeroporto di Genova Spa prevede la realizzazione di una nuova fermata ferroviaria, che sarà collocata tra le attuali stazioni di Sestri Ponente e Cornigliano (e che sarà denominata "Aeroporto-Erzelli") e il successivo collegamento di tale fermata con lo scalo aeroportuale, che dista circa 600 metri, attraverso una cabinovia di nuova concezione. L'aeroporto da anni si è speso in tutte le sedi, istituzionali e non, per poter disporre di un collegamento con la vicina rete ferroviaria. I vantaggi di avere un aeroporto "cittadino" sono infatti resi vani da una carente rete infrastrutturale che penalizza il collegamento con il centro della città.
L'Agenzia Europea dei trasporti Ten-T (oggi INEA) ha approvato il piano strategico del progetto GATE, stabilendo un cofinanziamento dell'Unione Europea nella misura del 50% (576.000 euro su 1.152.000 totali) per lo sviluppo della progettazione. In particolare la progettazione della cabinovia aeroporto-ferrovia è stata affidata, attraverso una selezione pubblica gestita dalla Stazione Unica Appaltante Regionale, a un gruppo di imprese capitanato dallo studio Dimensione Ingenierie Srl, che tra le opere realizzate vanta il nuovo complesso funiviario del Monte Bianco. La cabinovia, che avrà una capacità di trasporto di oltre 600 persone/ora, è stata studiata appositamente per far fronte alle esigenze dei passeggeri del terminal aeroportuale - prevedendo una fermata completa per consentire un agevole accesso anche con bagaglio pesante - e all'eventuale forte vento caratteristico delle aree prospicienti il mare. Il progetto definitivo della nuova fermata ferroviaria "Aeroporto-Erzelli" (affidato a RFI e presentato a Expo Milano 2015 durante l'incontro pubblico "Architettura e infrastruttura ferroviaria" organizzato da Italferr, società di progettazione del gruppo Ferrovie dello Stato Italiane) rappresenta un elemento virtuoso di intermodalità: aereo-cabinovia-treno e viceversa. Nel corso di un incontro tenutosi il 17 febbraio presso l'aeroporto di Genova, il tavolo tecnico ha formalmente chiuso lo studio del progetto confermando la scelta della telecabina come la più idonea a raggiungere gli obiettivi prefissati. I benefici che potrebbero derivare allo scalo aeroportuale genovese sono evidenti e potrebbero comportarne un riposizionamento a livello nazionale facendolo rientrare nell'ambito degli scali strategici. A questo punto perché il progetto diventi realtà è necessaria la predisposizione del progetto esecutivo e la conseguente cantierabilità delle opere, in parte da finanziare dall'Aeroporto di Genova (la cabinovia, il cui costo complessivo è di circa 5,9 milioni di euro) e in parte da parte di RFI (realizzazione della nuova fermata ferroviaria "Aeroporto-Erzelli", interventi sulla stazione di Sestri Ponente e realizzazione di Cornigliano-Villa Bombrini, per un valore complessivo di circa 70 milioni di euro). I lavori ferroviari potrebbero essere già cantierabili nel corrente 2016 nell'ambito dei lavori sul nodo ferroviario genovese.
La prossima tappa prevede la presentazione all'Agenzia INEA del progetto "GATE 2 Urban node" nell'ambito di un nuovo bando. Il nuovo progetto, di cui viene richiesto il co-finanziamento, sarà presentato da Regione, Comune, Aeroporto di Genova Spa. e Istituto Internazionale delle Comunicazioni, e prevede un insieme di attività complementari al precedente GATE 1, che ne ampliano la portata all'intero nodo metropolitano di Genova.
Tra le attività di cui si richiederà il co-finanziamento rientra la progettazione del polo intermodale aeroportuale, la progettazione del secondo tronco di cabinovia dalla nuova stazione ferroviaria sino in cima alla collina di Erzelli e l'intero ridisegno della rete dei trasporti urbani nell'area del medio ponente genovese. L'intento è quello di realizzare un grande parcheggio di interscambio dal quale, una volta parcheggiata l'auto, si potrà accedere agevolmente alla nuova cabinovia (sia in direzione aeroporto che Erzelli) nonché alla rete ferroviaria. Il parcheggio sarà l'anello di raccordo di una pluralità di sistemi trasportici che si completeranno vicendevolmente: aeroporto-cabinovia-ferrovia-autostrada. Il progetto GATE 2 - in relazione al quale l'Agenzia INEA dovrebbe esprimersi entro il prossimo mese di luglio - si inserisce in un contesto di investimenti infrastrutturali molto più ampio, che stanno già interessando il ponente genovese: il prolungamento di Lungomare Canepa, la nuova strada a mare, la realizzazione dell'intero nodo ferroviario.●

DOSSIER

VALERIA REBASTI

#genovadoveandiamo

A proposito di **Volotea**

La compagnia aerea europea low cost collega Genova a Cagliari, Olbia, Alghero, Brindisi, Napoli, Catania e Palermo. Con grande soddisfazione dei viaggiatori, che la consiglierebbero a familiari e amici in nove casi su dieci.

Volotea, fondata da Carlos Muñoz e Lázaro Ros, rispettivamente amministratore delegato e direttore generale, che insieme, a suo tempo, diedero vita a Vueling Airlines, si propone come la compagnia aerea di riferimento nei collegamenti tra le piccole e medie città europee offrendo voli diretti a prezzi competitivi su tragitti che attualmente hanno un livello di servizio inadeguato o inesistente. L'Italia (di cui Valeria Rebasti è Commercial Country Manager) è considerato uno dei mercati chiave per Volotea, dove è presente in 18 aeroporti e dove, nel 2015, ha trasportato circa il 67% del totale dei passeggeri a livello internazionale - oltre un milione e mezzo.

A Genova Volotea è la prima compagnia dello scalo per numero di destinazioni servita - Cagliari, Olbia, Alghero, Brindisi, Napoli, Catania e Palermo - con un incremento del +31% sul volume dei viaggiatori trasportati nel 2015 rispetto al 2014. Grazie alle ottime performance e alla comodità dei suoi collegamenti, la low-cost ha registrato a Genova un livello di soddisfazione del 90%: 9 passeggeri su 10 la raccomanderebbero a familiari e amici. Volotea chiude un 2015 con i fiocchi: più di 2,5 milioni di passeggeri su oltre 27.000 voli (+30% rispetto al 2014) per un giro d'affari di quasi 210 milioni di euro (erano 150 milioni del 2014). Nel corso del 2015, inoltre, la low-cost ha ottenuto importanti riconoscimenti: l'ottavo posto nella Top 10 delle migliori compagnie aeree, secondo la ricerca annuale condotta da eDreams tra 90.000 viaggiatori in Europa, e il premio per il Miglior Servizio Clienti 2015 (Best Customer Service of the Year) nella categoria "compagnie aeree", organizzato dall'associazione Sottotempo. In quattro anni di attività (la compagnia ha debuttato con il suo primo volo il 5 aprile 2012, in partenza dall'aeroporto di Venezia - Marco Polo), Volotea ha allestito una flotta di 19 Boeing 717 e di 4 Airbus A319 ed è passata da due basi (Venezia e Nantes) a sette nel 2015 (Venezia, Nantes, Bordeaux, Palermo, Strasburgo, Asturie e Verona), con la previsione di aprire l'ottava, a Tolosa, nel corso di quest'anno. Per il 2016 la compagnia area ha stimato un incremento del 44% rispetto al 2015 nel trasporto di passeggeri, che dovrebbero attestarsi tra i 3,3 e i 3,5 milioni, raggiungendo così quota 7 milioni di passeggeri dall'avvio delle sue attività. Inoltre, quest'anno, Volotea comincerà a volare in Portogallo, Malta e Regno Unito, che si aggiungeranno ai dieci Paesi in cui il vettore è già presente (Francia, Italia, Spagna, Germania, Grecia, Croazia, Repubblica Ceca, Israele, Albania e Moldavia), per un totale di più di 38.000 voli, distribuiti su 196 rotte che toccheranno 72 città.

Nel frattempo la compagnia ha ricevuto la registrazione IOSA (International Operational Audit Safety Program), rilasciata dall'International Air Transport Association (IATA). Il programma IOSA ha come obiettivo quello di valutare i sistemi di gestione e gli standard di controllo operativo delle compagnie aeree attraverso la conformità a circa 900 tra requisiti e procedure.●

Due volte **nuovo**

Il Nuovo Galliera disporrà di ambienti funzionali e accoglienti per utenti, personale e visitatori, e di tecnologia di ultima generazione per la diagnosi e la cura.

Il Nuovo Galliera sarà un ospedale connotato da quattro aggettivi: urbano (nel contesto storico di Genova, rispettando il valore dei luoghi); confortevole (gli spazi sono stati pensati con attenzione e cura per l'utente, per il personale, per il visitatore); umano (nonostante le grandi dimensioni non perde mai di vista la scala umana); luminoso (sono state create grandi corti che danno luce a tutto il complesso ospedaliero).

Il Nuovo Ospedale Galliera sarà plasmato sul modello dell'ospedale a rete, che mira al conseguimento di un funzionamento efficiente e sistemico nell'insieme. L'unione "in rete" o "a matrice" dei corpi di fabbrica, strutturati secondo il modello del corpo quintuplo (degenza - corridoio - servizi - corridoio - degenza), crea il monoblocco dell'ospedale. Nella degenza i corridoi regolari delimitano le varie zone funzionali e insieme ad ascensori e scale, concentrati in un unico nucleo, danno vita a una rete di circolazione funzionale. Anche la piastra segue una struttura analoga: la trama di percorsi, differenziati per utenza e per operatori, crea anche qui una rete che unisce le diverse aree consentendo flessibilità e funzionalità. Ciò consente di individuare un parallelismo fra tessuto urbano e tessuto ospedaliero: i vicoli e le vie della città antica mettono in relazione gli spazi, le funzioni e gli edifici, così come i percorsi interni all'ospedale collegano efficacemente le diverse funzioni, ottimizzando le mansioni degli operatori a vantaggio del paziente. I 26 tra ascensori, montalettighe e montacarichi, insieme alle due scale mobili (di collegamento tra i piani 0/1/2), ubicati in punti strategici dell'edificio, unitamente alle scale, consentono gli spostamenti verticali. L'impianto planimetrico è semplice e razionale, al fine di permettere un'agevole fruibilità e un facile orientamento da parte degli utenti e degli operatori. Inoltre, sono previsti percorsi interni differenziati per le diverse categorie (visitatori, pazienti ambulatoriali, personale e degenti) e per le funzioni a più elevata criticità (trasporto materiali sporchi e puliti, trasferimento pazienti). Gli ingressi all'edificio sono localizzati su tre livelli, differenziati per funzione: al -1, tramite rampa procedente dal livello stradale, l'ingresso al parcheggio; al piano terra, l'ingresso alla baia di carico e scarico merci e al Pronto soccorso; al terzo piano, l'ingresso principale per i visitatori. Le tecnologie di nuova generazione previste all'interno del progetto consentiranno di usufruire di un "ospedale nuovo" all'interno di un "nuovo

LA STANZA degenza è inserita all'interno di una volumetria che rispetta per dimensioni e fronti gli edifici ottocenteschi circostanti. Gode sempre di un buon orientamento solare, garantisce ai ricoverati standard alberghieri e consente agli operatori di lavorare in condizioni di sempre maggiore efficienza. Un sistema di armadiature accessibile sia dal corridoio esterno che dalla stanza permette di portare il necessario per ogni paziente nei pressi della stanza e riduce gli spazi per i depositi e i percorsi del personale; integrare gli armadi all'interno della parete e sfruttare al massimo l'area disponibile favorisce un maggiore comfort del paziente. Le facciate delle degenze sono caratterizzate da lamelle frangisole verticali che dall'interno garantiscono la privacy, consentendo al tempo stesso un buon ombreggiamento e un'ottima trasparenza verso il paesaggio.

ospedale". Infatti l'area chirurgica prevede 11 sale operatorie, 3 angiografi, 3 sale di endoscopia e 3 sale di chirurgia ambulatoriale; l'area poliambulatoriale prevede 80 poliambulatori e 4 palestre di riabilitazione; il polo tecnologico conterrà 4 RX, 5 TAC, 2 PET/TAC, 3 risonanze magnetiche, 3 acceleratori lineari, 1 gammacamera e 1 M.I.D. (Magnetic Iron Detector), unico esemplare nato dalla collaborazione tra il Centro della Microcitemia del Galliera, l'Associazione Ligure Thalassemici e l'Istituto Nazionale di Fisica Nucleare.

Il nuovo ospedale sarà organizzato secondo il principio dell'intensità di cura, ovvero unendo i servizi analoghi fra loro e collocandoli in forma strategica, in maniera tale da ottimizzare sia gli spazi che i percorsi per il personale e i visitatori. L'impostazione del nuovo ospedale si può leggere in "verticale", attraverso un elaborato in sezione: dalla quota di entrata si accede direttamente, con scale mobili, alla zona ambulatoriale, congiungendo le due piastre ambulatoriali; attraverso rapide connessioni verticali si arriva alle zone diagnostiche e chirurgiche, le cosiddette "piastre tecnologiche".

Il progetto per il Nuovo Galliera integra aspetti medico-organizzativi con quelli architettonico-paesaggistici per inserirsi armoniosamente nel contesto urbano del quartiere di Carignano. La piastra sanitaria articolata su tre livelli (pronto soccorso, blocco operatorio, ambulatori) è caratterizzata da una copertura a giardino pensile che evoca i giardini che caratterizzavano storicamente l'area di progetto. I paesaggi che ne scaturiscono sono tipici dell'ambito territoriale ligure.

Il nuovo giardino pensile si articola tra i due ingressi, quello pubblico, a nord-est, su via Alessandro Volta, e quello del Pronto Soccorso, a sud-ovest, su corso Aurelio Saffi, generando piani inclinati lungo il perimetro del lotto che consentono di allontanare e abbassare visivamente i corpi emersi delle degenze, dei quali si apprezzano solo i due livelli superiori (in realtà l'edificio è complessivamente composto da sette piani).

Il giardino pensile assurge a un "nuovo suolo" urbano di estensione della città verso il mare, aperto agli abitanti del quartiere che non solo ne beneficeranno in termini estetico-visivi, ma anche pratico-funzionali, realizzando così un giardino continuo che funge da connessione organica tra ospedale e città. (A.G.)

DOSSIER

di CARLA SIBILLA

#genovadoveandiamo

GENOVA

MORE THAN THIS

Destinazione Genova

L'impegno del Comune di Genova, insieme con Camera di Commercio e Associazioni di categoria, nella promozione della città trova soddisfazione nei numeri: +4,22% di presenze e oltre 411milioni di euro di indotto per la città.

#genovadoveandiamo #genova

Da tempo, il Comune di Genova ha sviluppato una strategia per la valorizzazione, promozione e promo-commercializzazione della città come destinazione turistica, che si affianca alle azioni di sviluppo del brand Genova. Tutte le azioni di comunicazione e di marketing nascono da un Gruppo di Lavoro in cui il Comune collabora con Camera di Commercio e Associazioni degli Albergatori, per definire l'uso delle risorse provenienti dall'Imposta di Soggiorno: un processo partecipativo unico in Italia. Le risorse provenienti dall'imposta crescono con l'aumentare delle presenze turistiche: nel 2015 si è trattato di oltre due milioni di euro (+3% rispetto al 2014). Il programma base che definisce l'utilizzo delle risorse è l'annuale Piano di Marketing e Comunicazione della città: ecco una sintesi dei risultati 2015 e degli assi di azione per il 2016. Le azioni di marketing rivolte al trade e al consumatore finale: la destinazione Genova è presente a fiere e workshop nazionali e internazionali (20 appuntamenti nel 2015) e cura le relazioni con tour operator e agenzie di viaggi; nel 2015 sono stati incontrati oltre 350 operatori e quasi 100 sono stati supportati e accompagnati in città. Appuntamenti e contatti vengono selezionati in base all'analisi dei mercati più importanti per la città e alla profilatura delle tipologie di turista che scelgono Genova. I mercati esteri prioritari sono la Francia (+12%, primo mercato), la Cina (+45%), la Germania e gli Stati Uniti (+20%); mentre in Italia Genova resta una meta amata in Lombardia, Lazio e Piemonte. Per quanto riguarda le caratteristiche degli ospiti, sono principalmente FIT (Fully Indipendent Travellers), cioè persone che si spostano non in gruppo ma con amici, in coppia o in famiglia. Nel 2016 verranno sviluppati nuovi prodotti, come le audioguide in cinese e giapponese; e verranno potenziati i canali di commercializzazione internazionali. Le azioni di comunicazione: nel 2016 verrà aggiornata l'analisi di "destination reputation", cioè della notorietà e percezione di Genova sul web, che nella sua prima edizione del 2014 aveva fornito mol-

LAURA GAZZOLO

Direttore AC Hotel Marriott Genova

Il 2015 è stato un anno positivo per il settore alberghiero, a conferma che la città è pronta ad accogliere i turisti. I buoni risultati si devono anche a un contesto geopolitico internazionale che ha favorito la scelta di destinazioni meno "esotiche", ma gli operatori sono stati bravi a intercettare il cambiamento. Nel 2016 dobbiamo lavorare per sostenere questo trend di crescita del turismo internazionale, promuovendo azioni mirate verso mercati, come quello americano e altri emergenti, continuando a far conoscere ricchezze storiche, artistiche, paesaggistiche ed enogastronomiche della città e della regione. Dovremmo lavorare con visione a lungo termine: pensare, quindi, a iniziative che attraggano i giovani, unendo cultura e divertimento e continuare a utilizzare i social network, il più potente dei passaparola oggi a nostra disposizione.

ti importanti spunti per orientare le azioni verso una comunicazione più emozionale, personale e "vissuta". Al centro, la scelta strategica di muoversi principalmente su web, attraverso campagne digital e una accurata strategia per i social media (cura dei canali della città e organizzazione di eventi come blogtour o contest). Le azioni saranno rivolte ai mercati prioritari a livello internazionale (cui nel 2016 si aggiungono i Paesi Bassi, visto il nuovo volo diretto KLM su Amsterdam); mentre per l'Italia ci si concentrerà sulla destagionalizzazione e sulla promozione di eventi. Nel 2015, una fitta attività di ufficio stampa nazionale e internazionale ha portato risultati importanti: oltre 300 uscite stampa, di cui oltre 50 internazionali; si proseguirà quindi con la politica di ospitare e supportare giornalisti italiani e stranieri (quasi 50 nel 2015). L'organizzazione e il supporto per importanti eventi: il 2015, da questo punto di vista, si è concentrato su Expo Milano e sulle grandi mostre; nel 2016 sono in programma altri importanti eventi in città, come il Festival della Danza e appuntamenti speciali per Ferragosto e per Capodanno. La promozione del settore congressuale: si conferma il sostegno alle azioni di promozione di congressi e incentive nelle stagionalità medio-basse, con un progetto elaborato da Convention Bureau. L'azione di promozione del brand Genova: continua il lavoro di definizione e promozione del brand Genova, per migliorare il posizionamento e l'attrattività della città per turisti, imprese, talenti e per proseguire il lavoro partecipato di storytelling della città. L'accoglienza e i servizi: nel 2015 gli uffici IAT hanno accolto e dato informazioni a oltre 270.000 turisti (con un aumento del 14,5% rispetto al 2014). Nel 2016 sono previste azioni di potenziamento del servizio: verrà sviluppata una Card della città e attivati nuovi strumenti interattivi che supportino la comunicazione degli eventi presso gli hotel. Infine, una quota significativa di risorse verrà destinata a interventi sull'arredo urbano e sulle infrastrutture di interesse turistico. Il lavoro condiviso di promozione della destinazione funziona: secondo i dati aggiornati a novembre 2015, le presenze sono aumentate del 4,22% (in termini assoluti, 1.522.147 pernottamenti) e gli arrivi del 3,06% (778.354); la crescita è trainata dagli stranieri, le cui presenze sono aumentate del 7,94% e gli arrivi del 4,73%. Su base annua si stima una crescita tendenziale degli stranieri del 10,05%, dato che rappresenta il doppio della media nazionale. A questi numeri vanno aggiunti oltre 830.000 crocieristi e circa 700.000 day visitors. Nel 2015 si stima che il turismo avrà generato un indotto per la città di 411.876.000 euro. Partecipazione, sinergie e pianificazione: con questi ingredienti cresce la destinazione turistica, crescono la sua economia e il suo posizionamento, si dimostra ancora una volta che Genova è More Than This.●

Carla Sibilla è Assessore alla Cultura e al Turismo del Comune di Genova

COSTA EDUTAINMENT E VEI CAPITAL

Dal 30 dicembre scorso, VEI Capital (veicolo controllato dalla holding di investimento Palladio Finanziaria) è nuovo socio del Gruppo Costa Edutainment. L'investimento complessivo è di 20 milioni di Euro, principalmente finalizzati a consolidare i piani di crescita del Gruppo e a rafforzare la propria posizione di leadership in Italia nel settore dell'edutainment. La quota inizialmente detenuta da VEI Capital è pari a circa il 16% con facoltà del fondo di incrementare la propria partecipazione attraverso la conversione dello strumento finanziario partecipativo in capitale. Nel 2015 il Gruppo Costa Edutainment, che gestisce 12 strutture sul territorio nazionale e internazionale, ha accolto circa 2,5 milioni di visitatori e raggiunto un fatturato di 52 milioni di Euro. In 20 anni, il gruppo è passato da una realtà medio piccola, con poco più di 50 dipendenti a Genova, a un'impresa con oltre 400 dipendenti in Italia. Nel prossimo quinquennio, grazie all'ingresso di VEI Capital, Costa Edutainment prevede di realizzare investimenti nelle varie strutture per oltre 15 milioni di Euro, di cui circa 6,5 milioni sull'Acquario di Genova, rafforzando l'impegno nella valorizzazione del patrimonio culturale e turistico e nella promozione di Genova, Liguria, Emilia Romagna e degli altri territori su cui sorgono le strutture gestite.●

IN VOLO DA GENOVA AD AMSTERDAM

Dal 22 aprile prossimo, KLM collegherà Genova ad Amsterdam tutti i giorni della settimana, con partenza alle ore 12.20 e arrivo nella capitale olandese alle ore 14.20; rientro alle ore 10.05 e arrivo al Colombo alle ore 11.45. Si tratta di un'importante novità per Genova, che vede per la prima volta l'impegno diretto della compagnia aerea olandese diventando così la 7ma destinazione in Italia e la 75ma in Europa servita da KLM. L'impegno della Società Aeroporto, al fianco del vettore aereo e delle istituzioni locali, sarà quello di valorizzare le enormi potenzialità di questo collegamento sia sul fronte del traffico outgoing sia di quello incoming, con la possibilità di attrarre importanti flussi di turisti dalla capitale olandese. Grazie al network KLM, dalla Liguria saranno raggiungibili 69 destinazioni in tutto il mondo, che si aggiungono alle 111 offerte da Air France, per un totale di 180 destinazioni. Su tutti i collegamenti Air France KLM è infine attivo "BlueBiz", il programma di incentivazione pensato per le piccole e medie imprese che consente di raccogliere punti premio (Blue credits) sia sul conto dell'azienda sia su quello del viaggiatore. Tra i benefici del programma, anche la garanzia di avere sempre posto nei voli a lungo raggio e la possibilità di cambiare nome sul biglietto fino a poche ore dalla partenza, indipendentemente dalla classe di prenotazione.● (www.bluebiz.com)

doveandiamo #genovadoveand

DOSSIER

di ROBERTA RECCHI

#genovadoveandiamo

Dura Lex

Il principio di uguaglianza e la certezza del diritto nell'applicazione della normativa ambientale.

Purtroppo il tempo passa, le normative mutano, le Istituzioni cambiano gli eletti, ma la condizione di disomogeneità nell'interpretazione e nell'applicazione delle norme ambientali resta.

Confindustria ancora una volta sente il dovere e l'urgenza di tornare a chiedere parità di trattamento per gli operatori economici. Come associazione rappresentativa degli interessi delle aziende, Confindustria assiste da anni ad applicazioni distorte della normativa ambientale, a incertezze nella determinazione dei ruoli tra enti istituzionali ed enti di controllo, allo strapotere degli Ufficiali di Polizia Giudiziaria, senza che la Regione eserciti quella funzione di indirizzo e di coordinamento che le è propria e che è fondamentale per la garanzia costituzionale del diritto alla parità di trattamento di ogni cittadino e impresa che si trovi nella medesima situazione operativa.

È strano come in campo finanziario il nostro Paese chieda all'Europa maggiore flessibilità e insista senza posa nel sottolineare che la situazione di crisi economica esige la sospensione di decisioni prese in momenti meno problematici, mentre in campo ambientale, a parità di profonda crisi per le aziende italiane, le istituzioni locali competenti si arroghino il potere di applicare limiti, tempi procedurali, tariffe e metodi di controllo significativamente più restrittivi, lunghi, onerosi e persecutori in confronto a quanto stabilito dal Legislatore Nazionale in sede di recepimento delle normative europee. È nell'interesse generale di assicurare analoghe condizioni di competitività per le attività produttive insediate sul nostro territorio che si segnala l'urgenza di garantire la dovuta parità di trattamento nei confronti delle corrispondenti realtà europee, nazionali e, a maggior ragione, regionali.

Le esigenze di certezza del diritto e di pari opportunità operative sono presenti in tutti i settori, ma tra gli altri assume un rilievo particolare la normativa ambientale, tanto importante per il futuro del pianeta da essere ormai di rango continentale, così come tutte le questioni fondamentali che caratterizzano la società del terzo millennio.

Queste incontestabili considerazioni rendono a dir poco stridente, ma in realtà drammatico, il perdurare di atteggiamenti "campanilistici" il cui falso rigore nell'applicazione di una normativa "home made" non è altro che un atteggiamento demagogico, funzionale all'interesse di ottenere consenso da parte di maggioranze disinformate.

È ora di dire basta e di opporsi con fermezza a tutto questo chiedendo a gran voce che ogni soggetto istituzionale riconosca l'autorità della gerarchia delle fonti normative e che, sgombrato il campo da discussioni sterili e dannose e da interpretazioni individuali, ritrovi il tempo e le professionalità per svolgere al meglio il proprio compito.

E torniamo allora all'obiettivo di garantire un pari livello di tutela dell'ambiente e di condizioni operative per le imprese in ambito europeo e nazionale. Obiettivo sorretto dal ruolo fondamentale delle Regioni nella loro funzione di in-

dirizzo e di coordinamento nell'applicazione della normativa, al fine di garantirne una interpretazione univoca sia da parte degli Enti locali competenti all'emissione degli atti autorizzativi, sia da parte degli Organi di controllo.
I casi in cui interpretazioni e applicazioni non uniformi della normativa ambientale recano pregiudizio all'operatività delle imprese localizzate sul territorio ligure e genovese sono molteplici e, a nostro avviso, meriterebbero un intervento organico da parte della Regione in applicazione della propria competenza di indirizzo e di coordinamento per mettere ordine in una situazione non più sostenibile. I settori di doveroso intervento sono numerosi, molto tecnici ma non per questo con effetti meno pesanti nella realtà operativa delle aziende. L'elenco è lungo, ma vale la pena citare la questione dei limiti alle emissioni in atmosfera stabiliti da Direttiva europea e recepiti nel nostro Ordinamento, ma spesso superati da decisioni prese dalle Autorità provinciali; i tempi dei procedimenti amministrativi delle Autorizzazioni Uniche (AIA e AUA) e i loro costi in termini di diritti istruttori non uniformi neppure sul territorio regionale; l'organizzazione e la frequenza dei controlli da parte degli Organi competenti che ancora perseguono la ricerca della violazione e della conseguente sanzione, senza apparente interesse alcuno per la migliore e più celere soluzione di ripristino delle condizioni ottimali di operatività nel rispetto dell'ambiente, della salute e della produzione e del mantenimento dell'occupazione.

In un momento in cui il Legislatore nazionale emana una legge come la 68/2015 sugli ecoreati e sulla potestà di prescrizione da parte degli Organi di controllo in funzione dell'estinzione dei reati contravvenzionali puniti con l'ammenda, assistiamo a una esecuzione distorta dei criteri che il Legislatore ha voluto perseguire. Si intende qui riferirsi all'indubbia intenzione del Legislatore di alleggerire il processo penale e, nello stesso tempo, di facilitare la sollecita cessazione di un eventuale divieto di utilizzo di impianti nel caso in cui l'azienda si attivi nel ravvedimento operoso.
I principi alla base della norma sono da apprezzare e da condividere, ma la loro realizzazione concreta non può prescindere da una applicazione uniforme sul territorio nazionale e, a maggior ragione, regionale. Gli Ufficiali di Polizia Giudiziaria che operano sul territorio devono agire coerentemente alle finalità della legge ed è necessaria una loro formazione adeguata affinché questo traguardo sia raggiunto. Il senso di responsabilità che deve sostenere le azioni di coordinamento e di formazione non più dilazionabili sia nel settore dell'interpretazione e dell'applicazione delle norme, sia in quello dell'esecuzione dei controlli e della gestione delle nuove competenze di prescrizione, è quello che le aziende aspettano da tempo, ferma restando la piena volontà di collaborazione perché la crescita sostenibile passi dall'essere una dichiarazione di intenti a divenirne la realizzazione.●

Fondazione Ansaldo

FOTOGRAFIA e INDUSTRIA

Progetto per la gestione informatico-digitale
del patrimonio fotografico
conservato da Fondazione Ansaldo.

CON IL SOSTEGNO DI

Compagnia di San Paolo

Sala disegnatori del Cantiere Navale Ansaldo di Sestri Ponente (Ge), 1915

Laboratorio chimico dello Stabilimento Acciaierie e Fonderie Ansaldo di Cornigliano Ligure (Ge), 1912

CONFINDUSTRIA GENOVA

Qual è la somma **di due forze?**

Sono molte le occasioni per far sentire la nostra voce:

l'**Assemblea pubblica**, **momento principale** dell'anno di **confronto con la Città**,

i dibattiti sui **progetti** per lo **sviluppo** del nostro territorio,

gli incontri dei **Club tematici** (Finanza d'impresa, Sicurezza, Ambiente, Lavoro, Previdenza, Internazionalizzazione, Territoriale Valle Scrivia), dei **Gruppi Piccola Industria** e **Giovani Imprenditori**,

i dossier su **Genova Impresa** e gli aggiornamenti su **Genova Impresa settegiorninews**, il **sito** e le **pagine social**.

L'**offerta** di co-branding di **Confindustria Genova** è **articolata e modulabile** in base alle proprie **esigenze di comunicazione.**

Co-branding.
Per essere più forti in due.

© CREATTIVA-GENOVA

L'offerta di co-branding di Confindustria Genova

Eventi e Genova Impresa

- **Inserimento del logo aziendale**
  - nel materiale informativo degli Eventi 2016
  - sulla cartellonistica Eventi 2016, mobile e fissa
  - negli spazi pubblicitari per la promozione degli Eventi 2016
  - sul sito di Confindustria Genova e di Ausind con link al sito aziendale
- **Pubbliredazionali e pagine pubblicitarie su Genova Impresa**

  house organ bimestrale di Confindustria Genova, distribuito in allegato a Il Sole 24 Ore nella provincia di Genova

Gruppi e Club

Confindustria Genova promuove iniziative mirate alla diffusione dell'informazione e all'approfondimento di tematiche di interesse generale o tecnico (seminari, conferenze, dibattiti, progetti editoriali...) attraverso il **Gruppo Piccola Industria,** il **Gruppo Giovani Imprenditori,** il **Gruppo Territoriale del Tigullio** e i club **Ambiente, Finanza, Internazionalizzazione, Lavoro, Previdenza, Sicurezza e il Club territoriale Valle Scrivia,** nelle quali sono coinvolti esperti della materia e gli interlocutori delle aziende per i singolo argomenti.

Gruppi e Club vantano un target qualificato e fidelizzato, rappresentando un'opportunità di visibilità per le imprese interessate ad azioni di comunicazione e di marketing mirato.

- **Inserimento del logo aziendale**
  - nel materiale informativo degli eventi organizzati dai Gruppi e dai Club
  - nella cartellonistica di sala degli eventi e dei corsi di formazione
  - nella pagina pubblicitaria di Genova Impresa per gli eventi 2016 dei Gruppi e dei Club
  - sul sito di Confindustria Genova e di Ausind con link al sito aziendale

CONFINDUSTRIA GENOVA
PICCOLA INDUSTRIA

GIOVANI IMPRENDITORI
CONFINDUSTRIA GENOVA

CONFINDUSTRIA GENOVA
GRUPPO TERRITORIALE DEL TIGULLIO

Settegiorninews*

Il settimanale online di Confindustria Genova con le notizie dall'Associazione e dalle imprese.

- **Inserimento del logo aziendale**
  in copertina con link al sito
- **Spazio in evidenza per la comunicazione aziendale**
  sulla prima pagina del settimanale

* Riservato alle imprese associate a Confindustria Genova

Per info: gdelucchi@confindustria.ge.it • Concessionaria di pubblicità in esclusiva GGallery: genovaimpresa@ggallery.it

Wylab

Il primo Sports Tech Incubator d'Italia è a Chiavari, negli spazi di un ex liceo. Al posto dei banchi, scrivanie per startupper, professionisti e piccole aziende con idee innovative per il mondo dello sport.

A Chiavari, l'ex Liceo Classico Delpino, ospita da qualche settimana Wylab, il primo Sports Tech Incubator d'Italia: 26 aule (su 1500 mq di superficie) trasformate in uffici, dove trovano posto le 150 scrivanie delle future startup a elevato contenuto tecnologico legate al mondo dello sport attese da tutto il mondo. Con Wylab (frutto di un investimento di 600 mila euro, sostenuto per il 50% dalla famiglia Gozzi e per il restante 50% dalle società Virtual e Wyscout), Antonio Gozzi, presidente di Duferco e di Ferderacciai e patron del Virtus Entella, intende replicare l'esperienza di Wyscout, la società nata dieci anni fa per lo scouting dei giocatori di calcio e che oggi ha un database con le immagini di 330mila atleti e circa 600 società clienti, tra cui il Barcellona e il Real Madrid. La finalità del progetto è quella di offrire un ambiente favorevole allo sviluppo di nuove imprese, organizzato anche per il co-working, dove il confronto tra startupper, professionisti e piccole aziende possa dare origine a un circolo virtuoso di idee - che i giovani avranno l'opportunità di presentare, due volte all'anno (primo appuntamento il 18 marzo prossimo), in un colloquio di 20 minuti con una commissione esaminatrice. Chi supera il test, potrà lavorare per quattro mesi all'interno di Wylab, affiancato da esperti che aiuteranno a dar forma al progetto.

Antonio Gozzi
Presidente Duferco

«WyLab non è una struttura generalista, ma un modello che vuole dare spazio alle startup dedicate a servizi digitali che supportano il mondo dello sport: una novità assoluta in Europa. Gli ingredienti per vincere questa sfida ci sono tutti: giovani preparati e ben formati, una struttura di qualità, l'esempio di un'impresa di successo come Wyscout; senza dimenticare, poi, che Chiavari è uno dei luoghi più vivibili d'Italia e, di conseguenza, del mondo. Un particolare tutt'altro che secondario: basti pensare che anche in Silicon Valley, a un certo punto, hanno costruito un insediamento gemello perché i "cervelli" di laggiù volevano fare surf. WyLab, ne sono convinto, attirerà molte realtà da fuori. Ma non solo: invoglieremo i giovani a rimanere sul territorio. Il coworking, inoltre, aiuterà a creare un ambiente ancora più fertile per il digitale. Passata l'inaugurazione, che ha segnato la realizzazione di un sogno, l'obiettivo è farlo funzionare: dopo un periodo di pre-incubazione, le idee migliori dovranno conquistare i finanziatori, quelli che io preferisco chiamare con un termine antico, la "confraternita", ovvero un gruppo di imprenditori disposti a rischiare qualcosa per scommettere su un giovane o un gruppo di giovani promettenti».

Marco Lanata
CEO Virtual

La ricetta è apparentemente semplice: un luogo in cui si vive bene, uno splendido edificio storico ristrutturato con cura, un gruppo di imprenditori disponibili a rischiare, un team di manager con standing internazionale per supportare le startup, un ecosistema di professionisti del digitale che lavorano sotto lo stesso tetto. Tutto questo però non basta: serve la passione e il supporto di un intero territorio per fare di questa avventura, Wylab, un luogo in cui si generano ricchezza e posti di lavoro veri e innovativi, per dare ai nostri giovani la possibilità di "giocarsela" e magari di vincere la sfida della globalizzazione. Il Tigullio è (ancora) a un bivio: il declino sonnacchioso ed ineluttabile oppure una decisa apertura al mondo, focalizzata sulle tecnologie digitali e spinta anche (ma non solo) dal network di conoscenze, rapporti ed esperienze maturati negli anni da un pool di manager e professionisti. Noi volgiamo fortemente che il Tigullio sia un luogo dove fare crescere aziende, posti di lavoro, ma anche famiglie e figli. Famiglie e figli che sicuramente sperimentano una qualità della vita più alta che a Milano o a Berlino. La scommessa è quindi quella di risvegliare questo nostro territorio e metterlo nelle condizioni di ospitare aziende innovative, giovani, che sappiano coniugare una apertura verso i mercati esteri e uno sguardo sulla nostra terra e le nostre origini. Una scommessa difficile e sfidante, ma assolutamente centrale per il futuro dei nostri figli in questa terra».

Matteo Campodonico
CEO Wyscout

«Il progetto WyLab nasce dalla fortunata storia che lega il sottoscritto ad alcuni amici e ad Antonio Gozzi, il primo a credere anni fa in Wyscout; questa esperienza, diventata un punto di riferimento per molti ragazzi, ci ha consentito di sviluppare una conoscenza molto estesa delle applicazioni digitali integrate allo sport. Ecco perché abbiamo pensato ad un incubatore "Sports Tech": fornire un contributo concreto ai giovani che si presenteranno da noi sarà molto più facile.
Oggi fare impresa è così complesso che un'idea non basta: come è successo a me, l'idea va accompagnata, corretta, sostenuta con soldi e consigli. Il modo più semplice per farlo è creare dei luoghi fisici dove chi fa impresa può stare insieme ed essere aiutato quotidianamente. Il talento in giro c'è, va intercettato ed aiutato; il mondo dello sport e del digitale, inoltre, sono in grande evoluzione. Il progetto che parte oggi non vuole avere solo valenza nazionale: speriamo con il tempo di attrarre talenti da tutta Europa. E chissà, magari un giorno riusciremo a scovare una nuova Wyscout»

Stefano Tambornini
Direttore Wylab

Wylab rappresenta una sfida in primo luogo personale e poi per tutti i partner e grandi imprenditori che hanno avviato e creduto in questo progetto innovativo. Personalmente tutto nasce dalla passione e dalla curiosità di conoscere giovani con la voglia di rischiare e dalla volontà di supportarli nello sviluppo e nella concretizzazione della loro idea. Da qui, qualche anno fa è nata l'esperienza di Laboratorio Impresa che è stata una prima occasione per iniziare a sostenere giovani imprenditori con buone idee, accompagnandoli nelle prime fasi di analisi del progetto, dalla stesura del business plan alla ricerca della finanza necessaria.
In Wylab questo progetto si è concretizzato in un luogo fisico dove attrarre talenti e dove un gruppo di manager e professionisti si coinvolgerà in prima persona ed in modo sistematico con l'obiettivo di costituire un centro di eccellenza sia per startup sia per società già attive nel settore dello sport, con la possibilità di crescere e competere a livello internazionale. Oltre alle startup, Wylab ospita anche un'area di co-working dedicata ai professionisti del digitale (sviluppatori, web designer, web agency, informatici) con la finalità di rendere disponibili tutti i servizi occorrenti alle aziende ospitate e diventare a loro volta un punto di riferimento per le aziende del territorio. Wylab infatti vuole rappresentare un nuovo modello di sviluppo per resistere alla crisi e per attirare nuovi investimenti localmente, dimostrando che anche a Chiavari, lavorando in maniera diversa ed innovativa, si può fare azienda».

di Piera Ponta

Numeri e fatti

Intervista a Carla Demaria, Presidente di UCINA Confindustria Nautica.

CARLA DEMARIA

«Numeri tanti, parole zero»: così Carla Demaria, presidente di UCINA Confindustria Nautica, sintetizza il lavoro della sua Associazione in questi ultimi anni, a fianco delle imprese impegnate a gestire gli effetti della crisi peggiore che il settore della nautica abbia mai vissuto. I numeri cui fa riferimento la presidente Demaria danno evidenza di un ritrovato dialogo con le istituzioni e di una ripresa del mercato, seppure tra molte difficoltà.

•••

Presidente, Ucina non è solo Salone Nautico di Genova...
Al Salone nautico di Düsseldorf, a fine gennaio di quest'anno, ci siamo presentati con un pieghevole che riporta, in sintesi, i risultati dell'attività di relazioni istituzionali dell'Associazione negli ultimi 4 anni: parliamo di 28 interventi legislativi, 15 circolari del Ministero dei Trasporti, 3 circolari dell'Agenzia delle Dogane e dell'Agenzia delle Entrate, la modifica del redditometro e la Legge delega di riforma della Nautica. Sono risultati concreti (e solo una piccola parte è frutto del lavoro di questo ultimo anno di presidenza, il resto lo si deve all'impegno dei presidenti che mi hanno preceduto) che vanno a beneficio di tutti: di chi è iscritto e di chi non lo è. La missione di Ucina è rappresentare, promuovere, difendere l'intero comparto che, come dimostrato da uno studio del professor Marco Fortis, presenta un moltiplicatore dell'occupazione di 7,4: per 1 addetto direttamente impiegato nella costruzione di una barca si creano 7,4 posti di lavoro nella filiera. Oggi l'intero settore conta oltre 180mila addetti. Una realtà di cui si è finalmente accorta anche la politica. Il dialogo con le Istituzioni oggi è decisamente migliorato, tanto che il 18 settembre dello scorso anno Ucina ha tenuto un convegno sul turismo nautico alla Camera dei Deputati e il 16 dicembre Palazzo Giustiniani, sede del Senato della Repubblica, ha ospitato la nostra assemblea. E nonostante in quei giorni le Camere fossero molto impegnate nella discussione della Legge di Stabilità, sono stati numerosi gli interventi di rappresentanti della classe politica a sostegno del nostro settore. I problemi sono ancora molti, ma abbiamo avviato un dialogo che, ci auguriamo, possa continuare in modo sempre più proficuo.

Con molta fatica, alternando cauto ottimismo a brusche frenate, l'economia italiana sembra aver ripreso il cammino della crescita. Qual è la situazione dell'industria nautica?
Le nostre aziende hanno vissuto una crisi senza precedenti. Ora non si può certo parlare di fuochi d'artificio ma la tendenza, già accennata a fine 2014, è positiva, ancorché in un contesto globale precario, considerata la situazione economica e geopolitica generale. I saloni di Cannes, Genova, Parigi, Düsseldorf hanno tutti chiuso con un segno positivo. Le aziende italiane che esportano si sono difese bene, ma ora dobbiamo far ripartire la domanda interna.

Anche, qui, però qualcosa si sta muovendo: già a settembre scorso ce lo aveva confermato ASSILEA, l'Associazione Italiana Leasing, che nei primi otto mesi del 2015 aveva registrato un valore medio dei contratti stipulati nella nautica più che raddoppiato rispetto allo stesso periodo del 2014. Questo non ci deve far pensare che la strada sia ormai in discesa. La crisi di questi anni ha colpito duramente il nostro settore: con l'azzeramento della domanda interna, è sopravvissuto e ha resistito meglio soprattutto chi ha saputo operare sui mercati esteri. Per questo motivo considero molto favorevolmente le iniziative a sostegno dell'internazionalizzane, le nostre aziende hanno un gran bisogno di manager con esperienza internazionale. A questo proposito, penso che il bando del Ministero dello Sviluppo Economico a sostegno dell'ingresso di Temporary Export Manager in azienda sia stato utilissimo, anche a fini formativi; altrettanto interessanti sono le misure a supporto della partecipazione delle imprese ai saloni internazionali attraverso collettive che la stessa Ucina organizza insieme con ICE Agenzia e con il Ministero dello Sviluppo Economico, e che prevedono un contributo del 25% sulle spese per l'esposizione dei prodotti all'estero.

I fasti pre-crisi quando, come lei ricordava, al Salone nautico c'erano più clienti che barche da vendere, sono ormai un ricordo sbiadito, ma la concorrenza di eventi internazionali, vicini come location e come data, impongono uno sforzo organizzativo ancora maggiore. Ucina sta già lavorando per il 56esimo Salone Nautico?

Con il crollo del mercato interno, il Salone ha subito un ridimensionamento importante, ma nel 2015 abbiamo registrato un'inversione di tendenza, è aumentato il numero dei visitatori e sono ritornati a esporre marchi prestigiosi; ma soprattutto le nostre aziende hanno ripreso a vendere, in tutti i settori merceologici. Colgo, purtroppo, segnali poco rassicuranti sulla Fiera: stiamo lanciando l'edizione 2016 del Salone ma sul futuro dell'area non abbiamo altre informazioni se non quelle che leggiamo sui giornali. A chi ritiene che la società I Saloni Nautici sia una distorsione del sistema Ucina, replico che, in questa situazione di grande incertezza, I Saloni Nautici è l'unico soggetto al quale i soci di Ucina possono rivolgersi e di cui si fidano, essendo un'emanazione dell'Associazione stessa. Abbiamo aperto le iscrizioni in un clima di assoluta incertezza, eppure i soci si iscrivono. Nessun Altro soggetto otterrebbe, in questa fase, una sola adesione. andiamo avanti in attesa di conoscere - temo, ancora una volta, dai giornali - quale sarà il destino del Salone Nautico di Genova. Il Salone Nautico di Venezia (in programma dal 21 al 25 aprile prossimo, ndr) si conferma dunque un'opportunità in più per le imprese, e non un tentativo di "scippo" dell'evento genovese, per il quale stiamo lavorando a un'edizione 2016 ancora migliore di quella passata. La mia impressione è che Genova non riconosca a pieno il valore del Salone nautico né, più in generale, delle proprie potenzialità. Non sembra avere la volontà di cambiare ma neanche la forza di tenere le posizioni. Le cose semplicemente si trascinano. Ma noi non intendiamo arrenderci, anche se la mancanza di risposte rende tutto ancora più complicato.

Aon Risk Solutions

A PROVA di RISCHIO

Per la gestione dei tuoi rischi scegli Aon, leader mondiale del risk management:
know-how globale e business locale per un servizio come vuoi tu, dove vuoi tu.

A Genova siamo presenti in
Corso Aurelio Saffi 31 - 16128
Tel. 01 089891
aonrisksolution@aon.it

Risk. Reinsurance.Human Resources.

AON
Empower Results®

di Andrea Delucchi

La Casa della Sicurezza

È online RSPPITALIA, la piattaforma sviluppata all'interno del sistema Confindustria dedicata a chi opera nel campo della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro.

Dal 25 gennaio è online la piattaforma RSPP Italia, dedicata ai temi della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro e nata dalla collaborazione tra Confindustria Genova, Assolombarda Confindustria Milano Monza e Brianza, Confindustria Firenze e Federchimica.

L'obiettivo delle quattro associazioni fondatrici, come sottolineato anche dalle dichiarazioni rilasciate dai loro quattro direttori al momento del lancio, è stato quello di realizzare uno strumento di lavoro che possa rappresentare virtualmente la "Casa della Sicurezza", per coloro che, su tutto il territorio nazionale, sono chiamati a gestire le tematiche della salute e della sicurezza sul lavoro.

Destinatari della piattaforma sono quindi, in particolare, responsabili e addetti del servizio di prevenzione protezione, health & safety manager, responsabili delle risorse umane, formatori e consulenti.

Il sito è strutturato in tre sezioni principali, visualizzate nell'home page: l'area delle news in evidenza, dove si trovano notizie e approfondimenti sui temi più attuali, la sezione corsi e prodotti e, infine, l'elenco dei professionisti e degli esperti in materia di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro. Quest'ultima sezione rappresenta uno degli elementi di maggior novità rispetto ad altri siti specializzati già esistenti: ogni utente può infatti creare una sua pagina personale, completandola con tutte le informazioni che valorizzano le sue competenze.

Tenendo aggiornato il proprio profilo, attraverso, per esempio, l'inserimento puntuale dei percorsi formativi frequentati, sarà possibile vedersi attribuire un virtuale riconoscimento della propria professionalità, rappresentato dalle stellette che compaiono a fianco di ogni nominativo.

A oggi, a poche settimane dal lancio, risultano già registrati quasi 900 utenti, a dimostrazione del buon successo che sta riscuotendo l'iniziativa. Anche le prime impressioni degli utenti sembrano positive.

Stefano Mordeglia, RSPP del Voltri Terminal Europa, trova la piattaforma «aggiornata, veloce e di facile lettura» ed è convinto che «sarà sempre di più un valido strumento non solo di aggiornamento professionale, ma anche e soprattutto un'opportunità di miglioramento, tramite lo scambio di esperienze e di best practice».

Per Franco Gessaga, RSPP di ABB della sede di Genova, la piattaforma è un luogo dove «finalmente i RSPP trovano lo spazio per condividere le notizie e gli aggiornamenti normativi», mentre Giacomo Montecucco, RSPP dell'Ospedale Galliera, giudica il sito «un supporto importante per la soluzione di tematiche specifiche e per tenersi aggiornati professionalmente».

Il progetto ha trovato anche un immediato riscontro all'interno del perimetro confindustriale.

Oltre alle quattro Associazioni fondatrici, hanno già aderito al progetto altre nove associazioni del Sistema Confindustria (Unione Industriale Torino, AMMA, Confindustria Bergamo, Confindustria Lecco e Sondrio, Associazione Industriali Cremona, Confindustria Alto Milanese, Unione degli Industriali della Provincia di Varese, Confindustria Pavia e Confindustria Vercelli Valsesia) e una prima azienda partner, Certiquality.

Ciò consentirà alla piattaforma di ricevere contributi sempre più estesi, anche in termini di notizie e di aggiornamenti provenienti dai singoli territori. L'auspicio è di poter arrivare, a breve, a coprire l'intero territorio nazionale, al fine di favorire sempre di più uno scambio di informazioni e di esperienze utili ad accrescere le competenze e la professionalità di chi opera nella materia della salute e della sicurezza nei luoghi di lavoro.

di Maria Caterina Chiesa

Aziende protette

Assicurare i rischi emergenti nel nuovo contesto economico: è questo il filo rosso dell'edizione 2016 del Club Finanza d'Impresa, dedicata a Egidio Gaslini Alberti.

Da sempre essere imprenditore è un rischio e oggi - con buona probabilità - lo è ancor più di prima: mai come in questi anni le aziende italiane e, in particolare, le PMI sono costrette a gestire la necessaria spinta alla crescita in uno scenario estremamente complesso a causa della crescente competitività globale, di normative sempre più stringenti, della maggiore difficoltà di accesso al credito e dell'instabilità internazionale.
Per giunta, la crescita oggi si ottiene tramite acquisizioni oppure attraverso l'ingresso di investitori istituzionali nel capitale aziendale o, ancora, tramite l'apertura a nuovi mercati. La stessa struttura delle fonti di finanziamento, necessaria a tali scopi, viene sempre più spesso ripensata. Uno scenario così articolato favorisce il propagarsi dei rischi che il sistema imprenditoriale italiano non è ancora pienamente pronto a gestire: la decisione se ritenere un rischio o trasferirlo all'assicuratore, piuttosto che l'investimento in valutazione e prevenzione, sono spesso considerati come dei mali necessari o, peggio ancora, come l'ennesima tassa da pagare.
Eppure i rischi esistono e non possono essere ignorati: nell'ambito di un'iniziativa chiamata "Progetto Darwin", sono stati analizzati i bilanci delle società quotate e creata una classifica dei 10 principali rischi in Italia, che viene periodicamente aggiornata, dove al primo posto troviamo i rischi finanziari, seguiti da incertezza e instabilità economico-politica e reputazione.
L'analisi ha evidenziato inoltre che tra i rischi esterni sono quelli derivanti dalle dinamiche evolutive del ciclo economico a livello nazionale e internazionale a preoccupare di più le aziende in Italia: si tratta di tutti quei rischi che derivano da instabilità economiche, finanziarie e politiche, che richiedono alle aziende di sviluppare capacità di adattamento continue. Tanto più il Paese presenta caratteri di instabilità, quanto più il livello di allerta delle aziende che vi operano sarà elevato.
Se preventivamente individuato, il rischio può costituire un'opportunità e divenire un profondo momento di riflessione e di crescita dell'azienda. Conoscere i rischi tipici della propria attività e ricorrere al trasferimento degli stessi al mercato assicurativo in modo adeguato rappresenta un fondamentale atto di protezione e di tutela degli asset aziendali, dei propri dipendenti, del patrimonio dello stesso imprenditore e talune volte costituisce l'unica vera possibilità per la sopravvivenza aziendale in seguito a specifici eventi.
Le giornate proposte dal Club Finanza si pongono proprio l'obiettivo concreto di analizzare con imprenditori e addetti ai lavori le situazioni che si trovano ad affrontare quotidianamente, proponendo soluzioni attraverso un approccio che non ne trascuri gli aspetti finanziari e strategici, portando la riflessione oltre i rischi tradizionali, identificando i cosiddetti rischi emergenti, le tendenze del settore e le potenzialità che il mercato assicurativo è in grado di esprimere.
Mai come in questi ultimi anni, infatti, si assiste a una sinergia sempre più intensa tra il mercato assicurativo e quello finanziario. Auspichiamo che questa possa ulteriormente rafforzarsi nell'interesse comune.
Le istituzioni finanziarie dovrebbero sensibilizzare le aziende rispetto alla necessità di dotarsi di una protezione assicurativa adeguata, poiché solo in tal modo possono proteggere opportunamente il proprio credito. Dall'altro, le compagnie assicurative dovranno rinnovarsi e saper innovare continuamente per rispondere concretamente alle reali esigenze dei propri clienti.
Nella scelta degli argomenti oggetto delle giornate del Club Finanza, saremo guidati, oltre che da un approccio pragmatico, dal desiderio di essere ancora a fianco degli imprenditori e, soprattutto, dalla volontà di essere effettivamente utili per tutti gli Associati.
Ci auguriamo che i partecipanti siano numerosi e che nessuno manchi di curiosità o di spirito critico, perché il confronto diretto e trasparente è alla base della crescita reciproca.●

Maria Caterina Chiesa è Presidente
della Sezione Finanza e Assicurazioni di Confindustria Genova

CONFINDUSTRIA GENOVA

CLUB finanza d'impresa

CLUB FINANZA D'IMPRESA 2016

25 febbraio, ore 14.30
LE NUOVE RESPONSABILITÀ DEGLI AMMINISTRATORI E DELLE FIGURE MANAGERIALI TRA SPINTA ALLA CRESCITA E AUMENTATA LITIGIOSITÀ

7 aprile, ore 14.30
LA COPERTURA DEI RISCHI LEGATI ALLE OPERAZIONI DI M&A, COME LIBERARE RISORSE FINANZIARIE E FAVORIRE IL BUON ESITO DELLA TRANSAZIONE?

12 maggio, ore 14.30
LE CAUZIONI ASSICURATIVE: COME POSSONO AIUTARE LE PMI RISPETTO AL "CREDITO DI FIRMA"?

13 ottobre, ore 14.30
LE ASSICURAZIONI DEL CREDITO: COME È VISTO IL DEBITO DELLE PMI ITALIANE?

17 novembre, ore 14.30
LE ASSICURAZIONI E IL SOSTEGNO ALL'EXPORT

MICHELE PIANA

Ricerca a **matrice**

Il futuro della ricerca è nella interdisciplinarietà. Lo dicono prestigiosi studi internazionali e ne è convinto Michele Piana, prorettore dell'Università di Genova con delega per la ricerca e il trasferimento tecnologico.

Dopo essersi occupato di internazionalizzazione, da qualche mese il prorettore Michele Piana (professore ordinario al Dipartimento di Matematica, Analisi Numerica, dell'Università di Genova, e ricercatore associato al CNR-SPIN) ha ricevuto dal Rettore Comanducci la delega per la ricerca e il trasferimento tecnologico. Tra gli obiettivi di Piana, ci sono la creazione di un legame più stretto tra ricerca e industria, la valorizzazione dei dottorati di ricerca in azienda e l'istituzione di un tavolo stabile di confronto tra i numerosi soggetti che a Genova e in Liguria fanno ricerca e innovazione.

•••

Professore, quali sono le principali attività di cui deve occuparsi nell'ambito della delega per la ricerca e il trasferimento tecnologico?
Per la parte "ricerca", mi occupo di dottorati, della ricerca condotta nei vari Dipartimenti, dei Centri di eccellenza dell'ateneo (il CEBR, per lo studio dei meccanismi molecolari di comunicazione tra cellule, e il C.I.E.LI., sulla logistica integrata), della valutazione della ricerca e della partecipazione ai progetti di ricerca (europei e no). Il trasferimento tecnologico riguarda sia attività rivolte all'interno dell'Ateneo, come spin-off e brevetti, che il rapporto con le realtà industriali presenti sul territorio, con le quali siamo interessati a sviluppare sinergie.

Come si fa ricerca all'Università di Genova?
Penso ci sia un grande bisogno di cambiare i paradigmi del modo in cui stiamo facendo ricerca nel nostro Ateneo e, in generale, un po' dappertutto in Italia. Potremo ottenere risultati significativi solo se adotteremo un approccio fortemente interdisciplinare nei confronti della ricerca. Dal "Research Fronts 2014" della Thomson Reuters (una delle più importanti società nel campo dell'informazione economico-finanziaria) emerge che i temi "caldi" della ricerca internazionale hanno tutti a che fare con l'interazione tra le discipline. Per questo motivo vorrei aiutare i nostri ricercatori a ragionare per problemi e non per discipline, e sviluppare quindi centri interdipartimentali dedicati alla ricerca interdisciplinare che possano confrontarsi e coordinarsi sui progetti anche con i Poli regionali di Ricerca e Innovazione. Sotto l'aspetto delle competenze, stiamo investendo molto nei dottorati di ricerca: i corsi di dottorato di ricerca dell'Università di Genova si collocano al quinto posto nella classifica nazionale, ma quello che manca ancora è il collegamento con il mondo industriale. Dobbiamo far capire il valore del contributo che il dottorato di ricerca può dare in una "learning organization", ovvero in quelle imprese dove l'innovazione è fattore primario di competitività. Dobbiamo anche attrezzarci per affrontare la sfida di Horizon 2020, che si giocherà proprio sulla capacità di ragionare per problemi e non per discipline. Ma siamo ottimisti: dopo anni di "digiuno", oggi Genova può vantare due vincitori delle prestigiose European Research Grants, uno all'INFN (Istituto Nazionale di Fisica Nucleare, ndr) e uno all'Università. Dal punto di vista dei numeri, però, dobbiamo - e possiamo - fare di più.

Poli regionali di ricerca e innovazione, distretti tecnologici, parchi scientifici, incubatori: come procedono le prove di dialogo tra ricerca e industria?
La costruzione di una relazione forte con il territorio e con il sistema produttivo è fondamentale. Mi riferisco alla cosiddetta "market intimacy": la Silicon Valley funziona grazie all'interazione (alla "vicinanza", appunto) tra università, imprese, istituzioni. In Liguria abbiamo l'Università, l'Istituto Italiano di Tecnologia, 13 istituti del CNR (di cui tre hanno sede nazionale a Genova) e due ospedali a carattere scientifico (il San Martino e il Gaslini): ecco, questa è una situazione privilegiata che andrebbe messa a sistema, magari parlandosi un po' di più e costituendo un tavolo stabile di confronto dove mettere a fattor comune progetti e risultati, coinvolgendo anche nuovi attori, come Liguria Digitale. Questo, tra l'altro, aiuterebbe a migliorare la partecipazione dei diversi enti all'offerta formativa dell'Ateneo. Sul versante dell'innovazione, l'Università ha scommesso sull'Italian Innovation Hub (il progetto della Fondazione Ricerca & Imprenditorialità per lo sviluppo di nuove imprese, ndr). Nel lungo periodo, riteniamo che l'Innovation Hub potrà dare un importante contributo in termini di orientamento ai nostri laureandi; nel breve, sarà utile per mettere ordine tra le tante iniziative nate in questi ultimi anni nel campo dell'autoimprenditorialità. Ci piace l'obiettivo che si è dato di agganciare l'high-tech delle grandi industrie presenti sul territorio con l'ultra high-tech delle startup.

In materia di orientamento, un ruolo di primo piano lo gioca anche il Festival della Scienza di Genova, considerato uno degli eventi di divulgazione scientifica più importanti in Italia e in Europa.
L'Università di Genova crede molto nella funzione educativa del Festival della Scienza e lo supporta con convinzione, tanto da aver proposto come nuovo presidente Marco Pallavicini, vincitore di una European Research Grant e tra i migliori ricercatori del nostro Ateneo. Nelle ultime settimane abbiamo lavorato con gli altri soci dell'Associazione Festival alla stesura del nuovo statuto e ora siamo pronti a ripartire con il massimo impegno affinché il Festival possa crescere a livello nazionale e internazionale, continuando a essere un elemento di attrazione per Genova e uno strumento di orientamento per i nostri ragazzi.● (P.P.)

di Giacomo Franceschini

Startup o newco?

Ad alta tecnologia o tradizionale, l'importante è fare impresa.

Nel 2006 Andrew Keen, esperto dei fenomeni di internet e del digitale, scrisse che le startup e il web 2.0 erano un "grande movimento utopico", ovvero erano il frutto basato sulla convinzione che i progressi scientifici e tecnologici potessero contribuire a soddisfare alcuni desideri impossibili da realizzare. Sorvolando sul fatto che lo stesso Keen tornò in parte sui propri passi, disilluso dalle stesse innovazioni in cui credeva, il fenomeno delle startup è sicuramente interessante e importante nel quadro economico attuale. Se poi si affronta il tema calandolo nel contesto italiano, all'interesse si aggiunge la curiosità.

Sull'onda dell'interesse globale verso le startup, nel nostro Paese sono state emanate normative che agevolano il percorso di creazione e avvio di nuove imprese, in particolar modo quelle ad alta tecnologia e innovative (per le quali è stato istituito un apposito registro presso le Camere di Commercio). Le norme si possono considerare volenterose negli intenti e vantaggiose per gli startupper, ma si scontrano con i problemi che realmente bisognerebbe affrontare: mancanza di talenti sul territorio (anzi la tendenza è la "fuga dei cervelli") e scarsa capacità di attrarre investimenti e tecnologie avanzate. Senza rimuovere questi ostacoli il fenomeno in Italia rischia di ridursi a tante fragili nuove realtà (incentrate su sviluppo di app, digitale, networking ecc..) e qualche bella storia di successo, da riproporre come case study sino a quando la "moda" startup passerà in secondo piano.

Il termine "moda" può essere forse eccessivo, ma racchiude in sé quegli aspetti che nascono quando un concetto o attività diviene tale: conoscenza superficiale del tema, confusione di termini, ingenuità. Ne è un esempio la definizione stessa di startup (di cui non esiste una versione univoca o ufficiale): l'avvio di una qualsiasi nuova attività imprenditoriale infatti sarebbe di per sé una fase di startup. Tuttavia, l'elemento cardine della startup propria dell'immaginario comune è l'alto contenuto tecnologico o la componente innovativa che introduce all'interno di un prodotto o di un processo; perciò, collegandosi anche a quanto riportato nel Decreto Legge che le individua, è preferibile riferirsi con il termine startup a quest'ultime, mentre le nuove imprese caratterizzate da tecnologia e produzione tradizionale possono rientrare nella definizione di "newco". In ogni caso, spesso i termini vengono utilizzati indifferentemente per definire entrambe le realtà.

Nonostante le difficoltà sostanziali e la confusione lessicale di cui sopra, va sottolineato come in Italia il fenomeno startup abbia permesso di aprire una strada che superasse le resistenze culturali riguardanti il fare impresa. La situazione economica odierna, che ha reso il lavoro a tempo indeterminato un miraggio, ha contribuito a presentare la nuova imprenditorialità come la via giusta per superare le difficoltà, in particolar modo dei giovani, e per tentare di dare una spinta innovativa e tecnologica a una struttura economica nel complesso ancora indietro da questo punto di vista. In tale contesto nasce la possibilità di mettere a disposizione delle aziende già presenti sul territorio le nuove tecnologie e le innovazioni proprie delle neonate startup.

È possibile quindi far incontrare la necessità di cambiamento e di maggior competitività delle aziende esistenti (caratterizzate da produzione di alta qualità, ma in difficoltà) con il bisogno di ordini e ricavi delle nuove imprese appena costituite (caratterizzate dall'innovazione, ma con un mercato tutto da conquistare).

Proprio da questi ragionamenti Confindustria Genova dal 2014 si è presa l'impegno di supportare il fenomeno startup, gratuitamente e con strutture e risorse appositamente dedicate. Tra le attività promosse vi sono appunto due distinti filoni: il primo volto a favorire la creazione di nuove imprese (siano esse startup innovative o newco più tradizionali), attraverso consulenze a 360°, tutoring e accordi con i centri di ricerca locali; il secondo invece, svolto all'interno del progetto Innovation Hub, teso a accelerare l'attività delle startup ad alto contenuto tecnologico già esistenti anche in relazione alle necessità delle grandi aziende industriali presenti sul territorio genovese.

BANCA PASSADORE & C.

BANCA PRIVATA INDIPENDENTE FONDATA NEL 1888

GENOVA MILANO ROMA TORINO FIRENZE PARMA BRESCIA ALESSANDRIA
AOSTA IMPERIA LA SPEZIA CHIAVARI ALBENGA BORDIGHERA NOVI L. ALBA

www.bancapassadore.it

di Alessandro Brenna

Farmaci equivalenti

Altrimenti detti "generici", sono tali e quali i farmaci originali, ma costano meno. Vi spieghiamo perché.

I farmaci generici arrivano in Italia ufficialmente nel 1995, quando un provvedimento legislativo, l'Articolo 130 della Legge 549 del 28 dicembre 1995, ne autorizza la distribuzione nelle farmacie. Il termine "generico", che deriva dalla traduzione dell'inglese "generic", viene in seguito modificato e con la Legge 149 del 26 luglio 2005 i prodotti generici vengono rinominati "medicinali equivalenti". Senza voler in nessun modo dare consigli medici, ma solo a scopo divulgativo, qui di seguito si cercherà di dare una risposta ai numerosi interrogativi che nascono sull'argomento. Innanzi tutto, che cos'è un medicinale equivalente? Contiene lo stesso principio attivo e nella stessa quantità del medicinale originale (detto medicinale di riferimento o "originator"), rispetto al quale deve avere anche la stessa forma farmaceutica e la stessa via di somministrazione. Si tratta infatti di un farmaco che deve rispondere agli stessi criteri di qualità, efficacia e sicurezza del farmaco originale: oltre a doverne avere la stessa composizione quali-quantitativa in principio attivo, deve soddisfare il principio di bioequivalenza, cioè non deve essere (statisticamente) diversa la quantità di principio attivo che viene assimilato dall'organismo e la velocità di assorbimento dello stesso rispetto al medicinale di riferimento.

In quale momento un farmaco diventa equivalente? Quando scade la copertura brevettuale del farmaco di marca, cioè il tempo massimo concesso a un farmaco di restare proprietà dell'azienda produttrice. Nel 1978, con il DPR 338 il nostro Paese si adegua alle norme europee e l'azienda farmaceutica, che ha fatto ricerca e studi per validare il nuovo principio attivo, può richiedere all'autorità competente il brevetto di durata ventennale.

Nel 1991, con la Legge 349 viene istituito il Ccp - Certificato complementare di protezione - che permette di prolungare la durata legale del brevetto fino a ulteriori 18 anni. Nel 1992, però, il regolamento Cee 1768 abroga il Ccp e istituisce un nuovo certificato, il Supplementary protection certificate (Spc), che limita l'estensione del brevetto a un massimo di 5 anni.

Allo scadere della protezione brevettuale, però, il farmaco equivalente non può essere messo in commercio automaticamente: per ottenere l'autorizzazione all'immissione in commercio dall'AIFA, l'Agenzia italiana del farmaco, bisogna procedere con studi di bioequivalenza confrontando il farmaco generico con il farmaco originatore.

Perché esistono tante marche dello stesso principio attivo? Quando decade la copertura brevettuale decadono anche

i diritti che consentono all'azienda farmaceutica di avere l'esclusività su quel determinato farmaco, che quindi viene spesso prodotto da diverse aziende farmaceutiche - tutte dotate di una struttura tecnologicamente idonea per riprodurre e vendere quel medicinale, dopo aver ricevuto l'autorizzazione da parte dell'AIFA.
Ma in cosa consiste uno studio di bioequivalenza? Lo studio solitamente coinvolge due gruppi di volontari sani ai quali vengono somministrati a digiuno e in due momenti successivi una singola dose dei due prodotti, generico e "originator". Ai volontari vengono prelevati campioni di sangue a intervalli successivi e su questi campioni viene determinata la concentrazione di principio attivo nel tempo. Vengono così confrontati i diversi parametri, tra cui la quantità totale di principio attiva assorbita, la massima concentrazione raggiunta, il tempo richiesto per raggiungere questa concentrazione. I risultati dei due medicinali devono attestarsi con valori entro differenze definite e terapeuticamente tollerabili. Nei farmaci equivalenti possono, però, essere diversi gli eccipienti: perché? Gli eccipienti sono sostanze inerti e non hanno proprietà terapeutiche; la loro funzione è quella di rendere somministrabile un principio attivo, cioè la componente del farmaco che svolge azione terapeutica. La normativa prevede che un farmaco equivalente possa contenere eccipienti diversi da quelli del farmaco "di marca", l'importante è che il medicinale ottenuto sia bioequivalente rispetto all'originale.
Un'altra domanda frequente è: come mai i farmaci equivalenti costano meno di quelli di marca? È una diretta conseguenza della scadenza del brevetto del principio attivo di cui è composto il medicinale. Chi chiede l'autorizzazione per un medicinale equivalente può praticare prezzi molto competitivi rispetto all'azienda titolare del prodotto di marca perché non deve investire risorse nella ricerca (il principio attivo è già noto) e quindi non deve condurre studi preclinici né studi clinici per dimostrare l'efficacia e la sicurezza del medicinale nell'uomo (in quanto sono stati già condotti dall'azienda proprietaria del brevetto al momento della prima richiesta di autorizzazione).
Per concludere, possiamo dire che farmaci di marca o equivalenti sono sicuri ed efficaci, il consiglio è rivolgersi sempre al proprio medico per i farmaci che richiedono la prescrizione e al farmacista per quelli senza obbligo di prescrizione medica.●

Alessandro Brenna è farmacista e Direttore Vendite di Agips Farmaceutici

HAPPILY
strumenti - valore - crescita

L'anno del Welfare

La Legge di Stabilità 2016 riserva attenzione particolare al Welfare Aziendale. Da Happily le soluzioni innovative per le imprese.

In ambito di Welfare Aziendale, il sistema di prestazioni non monetarie finalizzate a incrementare il benessere individuale e familiare dei dipendenti sotto il profilo economico e sociale, il 2016 sarà un anno fondamentale per una definitiva affermazione nel panorama Italiano. All'interno della nuova Legge di Stabilità 2016, infatti, la manovra finanziaria varata dal Governo per rilanciare l'economia italiana in competitività e produttività, sono stati approntati sostanziali cambiamenti agli artt. 51 e 100 del Tuir (Testo Unico delle Imposte sui Redditi), normative di riferimento del Welfare, che regolano le aree di applicazione (es. Istruzione, Sanità integrativa, Previdenza Integrativa, Trasporto collettivo) degli sgravi fiscali previsti per il lavoratore dipendente. I provvedimenti più importanti in materia di Welfare aziendale sono stati inseriti all'interno dell'articolo 12 del testo di Legge e sono elencati qui di seguito.

Detassazione del premio di produttività

Viene reintrodotta, dopo la mancata copertura nel 2015, la detassazione del premio di produttività, a cui verrà applicata solo una cedolare secca del 10%, fino a un limite di 2.000 euro lordi, con possibile estensione fino a 2.500 nel caso in cui l'azienda decida di coinvolgere i lavoratori in attività paritetiche. Da quest'anno inoltre la fascia di reddito massima lorda per usufruire delle agevolazioni fiscali legate al premio di produzione passa da 40.000 a 50.000 euro e ne potranno beneficiare anche quadri e dirigenti.

Spazio alla contrattazione aziendale

Decade definitivamente lo stretto vincolo della volontarietà da parte del datore di lavoro nell'erogazione di alcuni beni e servizi, con finalità di "utilità sociale" (vedi l'art. 100 del TUIR): i benefit erogati a questo scopo potranno essere presentati da sindacati e aziende al tavolo di contrattazione alla pari dei tradizionali benefici fiscali sul reddito da lavoro dipendente - vedi l'art.5.

Contrattazione detassata

Il lavoratore, in alternativa (anche parziale) alle somme monetarie ricevute come premio di produttività aziendale contrattato con i sindacati, può optare per la fornitura di alcuni beni e servizi, che non saranno soggetti a tassazione - il riferimento è ai beni e servizi previsti dal comma 2 e dall'ultimo periodo del comma 3 dell'art 51 del Tuir.

Più servizi, più benefit

Lo storico ventaglio di beni e i servizi erogati dal datore di lavoro è stato riveduto e ampliato in maniera significativa, con l'inserimento di nuovi benefit in ambito di educazione e servizi per l'infanzia e, per la prima volta, viene data la possibilità ai Dipendenti di detrarre i servizi di assistenza a familiari anziani e non autosufficienti - il riferimento è al comma 2, lettera f bis) ed f ter) dell'art. 51 del Tuir.

Voucher famiglia

Al datore di lavoro viene data la disponibilità di erogare beni e servizi anche sotto forma di voucher da spendere in servizi per la famiglia, sostegno per l'istruzione, servizi ricreativi, nidi e trasporti per i figli.

In questo scenario ricco di novità e di nuove sfide, Happily Srl vuole schierarsi in prima linea proponendosi di affiancare le aziende, dalle micro imprese alle grandi realtà, nell'implementazione e sviluppo di piani di Welfare aziendale. Per realizzare tutto questo, Happily Srl ha creato una piattaforma online, in cui, sia il datore di lavoro sia i dipendenti, potranno gestire in modo autonomo le proprie richieste in ambito di Welfare aziendale attraverso apposite aree riservate. Il percorso di affiancamento sarà tarato su misura per ogni singola azienda, ma sempre rispettando tre passaggi chiave: l'analisi della situazione attuale di Welfare aziendale - in questa fase, attraverso la somministrazione all'interno del portale di un questionario nominativo, verranno analizzate le principali caratteristiche del dipendente e del suo nucleo familiare, con la finalità di definire un sistema di benefits che, oltre a soddisfare le richieste dell'azienda, possa venire incontro concretamente anche ai bisogni dei lavoratori; definizione e attuazione del piano di Welfare aziendale - all'interno della propria area riservata il dipendente potrà richiedere attraverso la compilazione di una semplice modulistica l'erogazione di beni e servizi previsti dalle agevolazioni fiscali dell'artt. 51 e 100 del TUIR; le richieste verranno prese in carico dal consulente fiscale di Happily, che deciderà se approvarle e darà istruzioni per procedere con gli acquisti; follow up - Happily Srl fornirà all'Azienda cliente un supporto costante per tutta la durata del progetto per seguire il percorso intrapreso e ottimizzarlo.

Welfare 2.0

QUI! GROUP
INNOVARE PER CRESCERE

Le proposte di Welfare Company, la società di QUI! Group specializzata nella progettazione di Piani di Welfare Aziendale.

Dal 1989 a oggi, QUI! Group, azienda genovese guidata da Gregorio Fogliani, ha sviluppato il proprio business in un'ottica di diversificazione, ma sempre con l'attenzione rivolta ai servizi alla persona. Oggi il Gruppo, grazie alla tecnologia, è in grado di offrire soluzioni di welfare 2.0, innovative e su misura per le aziende. Nel 2012, QUI! Group ha fondato Welfare Company, società che si occupa di consulenza progettuale nella realizzazione dei Piani di Welfare Aziendale (PWA) e implementazione di programmi di time saving e di work-life balance, emissione di buoni acquisto e voucher per i servizi alla persona.
Dal 2013, la società di QUI! Group, in qualità di partner di RetIndustria, è diventata il riferimento per numerose associazioni territoriali di Confindustria per la diffusione di un know-how specializzato e per affiancare le aziende (dalla grande impresa alla PMI) nel realizzare la migliore soluzione "sartoriale" del piano di Welfare Aziendale, con approcci coerenti alle diverse realtà aziendali e alle singole disponibilità di budget. I servizi offerti da Welfare Company sono adatti alle grandi imprese, alle organizzazioni complesse, alle associazioni territoriali, agli accordi di Rete e anche a tutto il variegato mondo delle Piccole e Medie Imprese, a cui è rivolta una specifica offerta di strumenti di Welfare Aziendale denominata "WelfarePMI". Grazie alle significative novità introdotte dalla Legge Finanziaria 2016, che produrranno una forte accelerata nella diffusione dei Piani di Welfare Aziendale incentivando il coinvolgimento attivo dei lavoratori, il paniere dei servizi esentasse si è molto ampliato e le modalità di accesso al Welfare Aziendale sono state rese più agevoli grazie alla possibilità di utilizzare titoli di legittimazione (Voucher Welfare). La soluzione più richiesta dal mercato è oggi il portale web MyWELFARE, la piattaforma per la gestione dei flexible benefits che consente di sfruttare tutti i vantaggi fiscali riservati alle imprese e ai loro dipendenti nell'ambito dei Piani di Welfare Aziendale. Con MyWELFARE l'azienda risparmia e i dipendenti hanno più capacità di spesa grazie alla riduzione o all'azzeramento del cuneo fiscale che le norme prevedono per determinate tipologie di beni e servizi. Le aziende che utilizzano MyWELFARE sono completamente sollevate da ogni attività di carattere operativo e amministrativo, grazie alla gestione e rendicontazione dei diversi servizi oggetto del Piano di Welfare, che sono interamente seguita in back-office dalla società. La completa reportistica dei flussi generati a sistema, esportabile via web e destinata alla Direzione HR, dematerializza la contabilizzazione degli accrediti e dei benefits, interfacciandosi con tutti i principali sistemi di payroll, realizzando via web il completo outsourcing del Piano di Welfare.
MyWELFARE garantisce l'abbattimento dei costi per l'azienda che decide di fare welfare e la massima libertà ai dipendenti che la utilizzano, che possono così scegliere in autonomia di quali servizi usufruire: rimborso delle spese d'istruzione dei figli e dei libri di scuola, asili nido, baby-sitter e campus, assistenza sanitaria integrativa, acquisti nel campo della cultura (musei, teatri, cinema, concerti), per lo sport (palestra, piscina, associazioni sportive), per il tempo libero (viaggi, corsi, abbonamenti) e altri servizi e prestazioni espressamente previsti. La gamma dei servizi offerti comprende anche i buoni acquisto detax MyVOUCHER e le carte sconti. MyVOUCHER è lo strumento 100% tax free, disponibile in versione cartacea e digitale. Grazie all'esenzione fiscale fino a 258,23 euro annuali, è molto diffuso tra le aziende che lo utilizzano per una vastissima gamma di interventi: per i programmi di premi e incentivi dei dipendenti e della forza vendita, alla fidelizzazione di clienti e fornitori, fino agli interventi di conciliazione famiglia-lavoro e di mobilità sostenibile. Grazie a una rete composta da migliaia di punti vendita convenzionati, dislocati su tutto il territorio nazionale, e alla possibilità di acquisto sui principali siti di e-commerce, ai dipendenti è assicurata la più agevole fruizione di questa sempre più diffusa formula di integrazione al reddito.
Tra i prodotti, anche la welfare card, una carta sconti prepagata, accettata ovunque nel circuito MasterCard che, in Italia, dispone anche di una rete di 30.000 negozi convenzionati (circuito TornaQUI!Sconti) in grado di assicurare un forte risparmio agli utilizzatori di questo innovativo strumento grazie alla modalità di sconti cashback. I possessori della carta ottengono, infatti, riaccrediti in denaro compresi tra il 5% e il 30% dell'ammontare degli acquisti effettuati utilizzando welfare card, avvalendosi, così, di una soluzione semplice e flessibile per l'aumento del potere di acquisto.

PICCOLA INDUSTRIA

CONFINDUSTRIA GENOVA
PICCOLA INDUSTRIA
Noi per Genova.

Piccole, giovani, innovative

Startup innovative e PMI innovative possono iscriversi alle sezioni speciali del Registro Imprese della Camera di Commercio per accedere a numerose agevolazioni.

A fine 2012 è entrato in vigore il "decreto Crescita 2.0", con il quale lo Stato ha adottato una normativa per lo sviluppo e la crescita del Paese disciplinando le startup innovative e gli incubatori certificati. Con l'"Investment Compact" del marzo 2015 sono state previste invece norme specifiche per la crescita delle PMI innovative. Le imprese che posseggono i requisiti prescritti dalla normativa possono iscriversi alle nuove sezioni speciali del Registro Imprese della Camera di Commercio appositamente istituite, accedendo così direttamente a numerose agevolazioni.
Le PMI (imprese che impiegano meno di 250 persone e il cui fatturato annuo non supera i 50 milioni di euro o il cui totale di bilancio non supera i 43 milioni di euro) per essere considerate "innovative" devono possedere i seguenti requisiti: essere costituite come società di capitali, anche in forma cooperativa; se non sono residenti in Italia (ma comunque in uno degli stati membri dell'Unione Europea), devono avere almeno una sede produttiva o una filiale nel nostro Paese; disporre della certificazione dell'ultimo bilancio; non essere quotate in un mercato regolamentato; non essere iscritte alla sezione speciale del Registro delle imprese dedicata alle startup innovative e agli incubatori certificati. Devono inoltre rispondere ad almeno due dei tre seguenti criteri: 1) spese in ricerca e sviluppo pari ad almeno il 3% del maggior valore tra fatturato e costo della produzione (escludendo le spese per immobili). Si possono comprendere le spese lo sviluppo precompetitivo e competitivo, quelle relative ai servizi di incubatori certificati, i costi del personale interno e dei consulenti esterni, le spese legali per la registrazione della proprietà intellettuale; 2) impiego di personale altamente qualificato in misura almeno pari a un quinto della forza lavoro complessiva; 3) essere detentrici, licenziatarie o depositarie di un brevetto o un software registrato in campo industriale o biotecnologico.
Cosa differenzia le PMI innovative dalle startup innovative? Per startup innovativa si intende un'impresa che è attiva da massimo 48 mesi; che non distribuisce utili e ha ricavi annui inferiori a 5 milioni di euro; che offre un prodotto o servizio ad alto contenuto tecnologico, anche se non necessariamente tutelato da brevetto o marchio; che ha una percentuale di investimenti in R&D pari al 15% del maggior valore tra fatturato e costi, oppure impiega personale specializzato o, ancora, detiene titoli di proprietà industriale. Rispetto alle PMI innovative, le startup innovative godono di alcune importanti agevolazioni, quali l'esonero dal pagamento annuale alla Camera di Commercio, il credito d'imposta per assunzione di personale altamente qualificato (per le PMI innovative si applica la disciplina ordinaria); possibilità di assumere con contratti a tempo determinato anche di sei mesi e rinnovabili senza soluzione di continuità; incentivi agli investimenti per imprese dei settori sociale ed energia; disciplina speciale per fallimento (nessuna deroga invece per le PMI innovative).
Sia per le PMI innovative che per le startup innovative sono previsti l'esonero dall'imposta di bollo e diritti di segreteria all'avvio dell'attività d'impresa; l'incentivazione e la remunerazione di personale in equity; il crowdfunding; incentivi fiscali agli investimenti; l'accesso semplificato a Fondo Garanzia PMI.

FOCUS STARTUP INNOVATIVE

Organizzato da Camera di Commercio di Genova e Centro Ligure per la Produttività - CLP, il Focus prevede due seminari (a partecipazione gratuita), che si svolgeranno presso la sede della Camera di Commercio di Genova, con il seguente programma:

venerdì 11 marzo, ore 9.00-13.99
Le agevolazioni sui beni intangibili: approfondimento sulla valutazione dei titoli di proprietà industriale e sullo strumento Patent box

venerdì 25 marzo, ore 9.00-13.00
Le opportunità di accesso al credito privato per le startup Innovative (crowdfunding, venture capital, business angels) e il Fondo Centrale di Garanzia del MiSE.

Info e iscrizioni: maria.cadile@ge.camcom.it

di Luciano Gandini

2015 ragioni per essere *Giovani*

Networking, incontri, formazione: sentirsi un gruppo è uno degli ingredienti fondamentali delle attività dei Giovani Imprenditori di Confindustria Genova.

Il 2015 è stato un anno davvero intenso per il Gruppo Giovani Imprenditori di Confindustria Genova. Per evitare di fare un mero resoconto di tutte le attività, iniziative, visite, interventi, ma volendo lasciare traccia dell'impegno di tutti abbiamo chiesto ai soci di raccontarci come lo hanno vissuto, di come si sono sentiti parte di un gruppo e che cosa in particolare si sono portati a casa, come esperienza, formazione o rete.

A dir poco entusiasta è Federico Petrilli, titolare di Safety Flag: «Il Gruppo è in continua crescita sotto tutti gli aspetti, sia in termini di legami sempre più forti e profondi tra i vecchi membri che in termini di apertura nei confronti delle new entry, che infatti non sono mancate!», e poi alcuni suggerimenti, di cui si terrà sicuramente conto: «Continuare in questa direzione stabilendo delle cadenze fisse degli incontri con l'onore per ognuno dei soci di proporre un tema... Un incentivo a partecipare che unisca il piacere di vedersi all'accrescimento professionale e culturale di ognuno di noi».

Filippo Contessi, imprenditore nel settore delle attrezzature per l'impiego dei gas tecnici in siderurgia, sottolinea l'importanza dell'incontrarsi e dello smarcarsi: «Nell'anno in cui si è spento Renato Altissimo, uno dei padri fondatori del nostro gruppo, mi ha fatto piacere ritrovare nella guida del nostro presidente Enrico la stessa voglia di incontro e confronto, ma allo stesso tempo anche un po' di rottura col passato, che è parte fondante del Gruppo. Le molteplici iniziative di incontro e formazione, dai più informali aperitivi e business lunch ai ben più strutturati boot camp e congressi nazionali, si sono concretizzate in preziosi attimi di confronto con altri imprenditori ed esponenti della politica locale e nazionale. Far rete e mettere a fattore comune le best practice dei singoli associati si è rivelato anche piacevole oltre che utile. Per quanto mi riguarda, il 2015 si archivia con un bilancio sicuramente positivo. E per il 2016 mi aspetto che si riesca a coinvolgere un numero sempre maggiore di giovani e meno giovani, uniti per amplificare le nostre idee, e accrescere la consapevolezza che il cambiamento di rotta non solo è possibile, ma necessario. Anche i forti legami intessuti con gli altri Gruppi Giovani del nostro territorio attraverso il GGR possono essere considerati un successo degli anni passati, ma ancor di più un enorme potenziale per il futuro».

Lorenzo Quilici, di Mixura, sottolinea l'importanza degli incontri svolti con i protagonisti del mondo imprenditoriale e finanziario della Liguria: «Veri e propri momenti di formazione/informazione, che sono stati di profonda riflessione e stimolo sul passato, sul presente e sul futuro della nostra città. Noi Giovani Imprenditori, infatti, abbiamo bisogno di esempi da cui prendere spunto per il nostro percorso di crescita professionale quotidiana».

Irene Parmeggiani, di GNV, pone l'accento sul networking: «Faccio parte del GGI da maggio del 2015, e in pochi mesi ho avuto modo di rendermi conto che gli impegni e le attività del Gruppo sono moltissimi: il valore del Gruppo è senz'altro la possibilità di fare networking e confrontarsi con altre realtà industriali del territorio, con professionisti che affrontano dinamiche di mercato simili tra loro, e con l'opportunità di scambiare opinioni e know-how. Il boot camp - il primo a cui ho partecipato - è stato senz'altro uno dei momenti più belli dell'esperienza nel GGI: al di là dell'intrinseco valore formativo dell'incontro stesso, una due giorni di lavoro e condivisione degli obiettivi insieme ha dato a tutti la possibilità di conoscersi meglio e approfondire l'amicizia. Il tempo che si dedica al GGI è un investimento in termini di professionalità e crescita personale, da una parte, e di arricchimento aziendale dall'altra: conoscere i giovani delle realtà industriali sul territorio consente infatti di fare un confronto con modelli imprenditoriali slegati dal proprio business di riferimento».

Sulla stessa linea anche Luca Bonetti, Presidente Bonetti & Partners: «Pur essendo da poco membro del GGI, posso dire che le iniziative organizzate sono state molto interessanti e formative: in particolare è stato importante anche poter ampliare le nostre conoscenze e implementare la nostra rete di contatti. Spero si possano incrementare, a turno, le visite presso le aziende alle quali apparteniamo dove ognuno potrebbe far conoscere ai propri membri la propria realtà, e dove, non si sa mai, poter far nascere nuove collaborazioni».●

Luciano Gandini è membro del Consiglio Direttivo del Gruppo Giovani Imprenditori
con delega alla Comunicazione e al Marketing

di Stefano Frassetto

Aiuti concreti

I Giovani Imprenditori presentano il progetto di collaborazione con la Fondazione Auxilium.

Nel mese di dicembre il Gruppo Giovani di Confindustria Genova ha incontrato la Fondazione Auxilium, per avviare un percorso di conoscenza e collaborazione che vedrà il suo sviluppo nei mesi a venire.
Il GGI ha voluto ricercare questo confronto in quanto Fondazione Auxilium è una realtà ben radicata sul territorio genovese, operante fin dal 1931 sotto il patrocinio della Caritas diocesana di Genova, e capace di rispondere alle molteplici e più urgenti forme di disagio sociale: persone senza dimora, immigrate, richiedenti asilo e rifugiate, con HIV o Aids, vittime della prostituzione, famiglie in difficoltà.
Abbiamo toccato con mano che la Fondazione è in grado di intervenire nell'assistenza ai bisogni primari con l'offerta di servizi essenziali quali mensa, doccia, cambio abiti, accoglienza diurna e notturna; sa assicurare ascolto, sostegno e accompagnamento per favorire vie d'uscita dalle situazioni di disagio; sostiene progetti che mettano concretamente in contatto le persone accolte con la società, favorendone l'integrazione; promuove inoltre lo sviluppo integrale della persona umana e non la sua mera sussistenza; si attiva per mettere in atto nuove forme di intervento in risposta ai recenti mutamenti delle forme di povertà.
Questa pluralità di obiettivi ci è sembrata essere perseguita innanzitutto con competenza, qualità e continuità dell'aiuto, senza tuttavia rinunciare all'aspetto della relazione e della fraternità, distintivi dello stile di intervento della Fondazione.
Pertanto il GGI ha voluto approfondirne la conoscenza e valutare le possibilità di cooperazione. Nel mese di novembre sono stati dunque avviati i contatti, formalizzati in occasione del nostro brindisi natalizio, e prima di Natale si è tenuto un primo significativo incontro, presso la mensa alla "Casetta".
Tale incontro si è svolto in un clima di grande cordialità e semplicità, nel dialogo e nello scambio reciproco e sorprendente di esperienze tra i partecipanti. Da qui è nata l'idea di replicare le occasioni di contatto, declinate in formule diverse: in primo luogo, sempre attraverso il canale della mensa, sarà progettata la preparazione di pasti e il servizio ai tavoli da parte dei membri del GGI.
Questo primo gesto concreto ci consentirà di metterci nuovamente all'ascolto di una realtà apparentemente molto differente, dallo scambio con la quale siamo invece convinti possano scaturire proficue interazioni.
Oltre a questa attività di contatto diretto con chi fruisce dei servizi erogati dalla Fondazione, il Gruppo intende inoltre offrire visibilità alla Fondazione stessa all'interno del mondo imprenditoriale, in maniera tale da favorire e facilitare percorsi più duraturi di inclusione lavorativa per chi è alla ricerca di occupazioni professionali.
Sembra importante sottolineare il valore di queste iniziative concrete, che, accanto all'aiuto economico, certamente indispensabile, sono finalizzate al rafforzamento della coesione sociale e costituiscono una diretta opportunità di dialogo e collaborazione tra attori diversi della società.
Chi scrive e i responsabili della Fondazione sono a disposizione di coloro che desiderassero approfondire la conoscenza di questa realtà; sul sito della Fondazione www.fondazioneauxilium.it sono elencate tutte le iniziative in atto e le forme di solidarietà per contribuire alla sua promozione e sostegno.

Stefano Frassetto è Consigliere del Gruppo Giovani Imprenditori
e Coordinatore del Gruppo Giovani Riuniti

di Claudio Burlando

#Confindustria Genova

L'Associazione apre le porte, anzi, il portale, all'ecosistema digitale.

"Andæ in ciàssa Pontexéllo se voéi védde e raritæ/ghe poriéi trovâghe quéllo che da-i âtri no trovæ..." (Andate in piazza Ponticello se volete vedere le rarità/ci potrete trovare quello che dagli altri non trovate...).
Questi i primi versi della canzone dialettale genovese Ciàssa de Pontexéllo, composta nel 1926 da Costanzo Carbone e Attilio Margutti, sui quali torneremo più avanti. Nel frattempo facciamo un passo indietro nel tempo fino all'antica Grecia, dove con il termine "agorà" si faceva riferimento alla piazza principale della Pólis, la piazza dove normalmente sorgeva il mercato, in cui spesso vi erano i templi e nella quale si svolgevano le attività più importanti dei ceti produttivi della civiltà di allora.
La parola "agorà" quindi, dal verbo greco αγειρω (radunare, raccogliere), voleva indicare quel luogo, aperto e informale, in cui gli uomini si incontrano e si scambiano relazioni per profitto o per motivi esistenziali (amicizia, stima, affetto ecc.).
Attraverso un salto lungo oltre 2.500 anni possiamo arrivare dall'Atene periclea fino alla società di oggi, una società in rete, dove non esiste più periferia e centro e dove tutto è raggiungibile con un clic. I luoghi di aggregazione esistono, eccome, ma si aprono a nuove frontiere e fruitori grazie alle nuove tecnologie: i social media e le nuove soluzioni per la gestione delle videoconferenze tramite streaming, estendono di molto la possibilità di partecipazione ad un incontro. Ecco la nuova agorà, quindi: un'unica grande rete, fatta di nodi che connettono punti sparsi in ogni parte del globo.
La portata straordinaria di queste tecnologie rivoluzionarie continua ad animare accesi dibattiti tra gli intellettuali di tutto il mondo, ma a prevalere è una sostanziale agorafilia, un amore degli utenti per queste possibilità di condivisione totale, per la sensazione di sentirsi al centro del mondo e di centinaia di conversazioni, per questo simulacro di vicinanza - anche se virtuale - tra individui distanti sia fisicamente che socialmente. Questo sentimento positivo nei confronti dei new media, associato ad un mutamento sociale in direzione di una maggiore orizzontalità delle relazioni e di una maggiore democratizzazione delle opinioni e dei processi produttivi, è certamente carico di conseguenze e paradossi ed è uno degli indicatori fondamentali per definire la nostra epoca.
Oggi si riconosce ai social media un potere formidabile, non si può fermare la rete per come è stata pensata, un treno in corsa che viaggia senza fermate programmate;

c'è chi agisce e chi reagisce e c'è anche chi manifesta una sorta di nuova agorafobia.
Ecco la portata dei social media oggi, nel 2016, uno strumento inevitabile ed essenziale per radunare e per raccogliere (αγορευω) i propri stakeholder, per far comunicare le proprie "audience" di riferimento, per rispondere alle esigenze dei clienti in modo tempestivo e per far fronte alle emergenze comunicando le proprie idee in un dibattito globale. Confindustria Genova non poteva certo sottrarsi a questo cambio di paradigma, facendo ingresso nell'ecosistema digitale a partire dall'assemblea pubblica #genovadoveandiamo, tenuta il 20 novembre 2015 a Palazzo Ducale. L'Associazione ha lanciato il nuovo sito - un vero e proprio portale - e le sue nuove presenze sui canali social maggiormente diffusi: Facebook, Twitter, Linkedin, Youtube e Instagram, con lo scopo di socializzare il dibattito interno all'Associazione rendendolo più inclusivo, più orizzontale e più aperto anche ai contributi esterni alla Confindustria. L'iniziativa, che è nel quadro di una volontà di trasparenza di dibattito nell'Associazione, è strutturata in modo da dare continuità ai contributi che sono diffusi sulle differenti piattaforme, ognuna con le sue peculiarità semantiche ed espressive.
Un sito, un luogo quindi, anche se virtuale, che come una nuova Agorà Ponticello mette in relazione i servizi, l'offerta, il dibattito con un mercato sempre più attento alla rete: in fondo le imprese associate sono parte di un mercato complesso, con servizi innovativi e prodotti di rara bellezza, non sempre reperibili altrove.
Rete, condivisione, approfondimenti, discussione, business: queste le parole chiave, tag, che sintetizzano l'obiettivo del nuovo modo di comunicare dell'Associazione, una presenza diffusa in rete, che mi auguro possa essere presa come stimolo alla costruttiva dialettica interna, per la crescita di un'istituzione a valore aggiunto sempre più vicina alle imprese e sempre più utile alla produttività.●

Claudio Burlando è Presidente della Sezione Comunicazione
di Confindustria Genova

FONDAZIONE ANSALDO

di Alessandro Tinterri

Ferdinando Maria Perrone, **irrequieto e ambizioso**

Fondazione per la Cultura e Fondazione Ansaldo hanno dedicato una mostra e un ciclo di quattro conferenze al fondatore dell'Ansaldo.

L' INGINYER
D. Fernando Perrone
Director general de la casa Ansaldo de Génova

FONDAZIONE ANSALDO O.N.L.U.S.
Per 281

Una mostra e quattro incontri su iniziativa congiunta di Palazzo Ducale di Genova Fondazione per la Cultura e Fondazione Ansaldo in calendario dal 22 gennaio al 21 febbraio per illustrare "Ferdinando Maria Perrone e i destini dell'Ansaldo", questo il titolo della manifestazione, dedicata a chi più di chiunque altro contribuì a trasformare l'Ansaldo nella maggiore industria dell'Italia postunitaria. In mostra nella Sala Liguria di Palazzo Ducale foto, manifesti, cimeli e documenti provenienti dall'Archivio Perrone, uno dei più vasti e prestigiosi archivi di memoria d'impresa conservati da Fondazione Ansaldo, a cura di Claudia Cerioli e Chiara Rosati.

Oltre all'esposizione, in programma quattro conferenze nel Salone del Minor Consiglio: 22 gennaio, Paride Rugafiori, "Ferdinando Maria Perrone. Da Casa Savoia all'Ansaldo"; 29 gennaio, Marco Doria, "L'Ansaldo: strategie ed evoluzione"; 5 febbraio, Valerio Castronovo, "L'Ansaldo e il Secolo XIX. L'industria e la stampa"; 12 febbraio, Vera Zamagni, "Da Ansaldo a Finmeccanica: industria e partecipazioni statali".

Dall'accurato e ben documentato studio di Paride Rugafiori, "Ferdinando Maria Perrone da Casa Savoia all'Ansaldo" (Torino, UTET 1992), incastonato nel quadro dell'Italia postunitaria emerge il ritratto di un uomo consapevole del proprio fascino, quanto abile nell'utilizzarlo al fine di costruirsi un destino, cui non era certo destinato per nascita.

Storia assai singolare la sua, che per gli avvenimenti dell'epoca e i luoghi in cui si svolge (Argentina, Parigi, Istanbul...) sembra la sceneggiatura di un film. Ferdinando Maria Perrone nasce, infatti, a Torino il 10 gennaio 1847 e una voce, in seguito assecondata dal diretto interessato, lo vuole figlio naturale di Ferdinando Maria Alberto di Savoia Carignano, duca di Genova, fratello minore di Vittorio Emanuele, futuro re d'Italia.

Il padre Luigi Perrone lavorava a corte in qualità di "addetto al regio servizio", mentre la madre muore quando il piccolo ha appena sei mesi.

Nel 1866 il giovane Ferdinando Maria segue Garibaldi nella terza guerra d'indipendenza, l'anno seguente sposa una coetanea, cucitrice e analfabeta, e di lì a poco incappa nelle maglie della giustizia subendo una lieve condanna per un oscuro episodio.

All'epoca il giovanotto bazzica nell'ambiente giornalistico torinese, ma la sua fortuna si compie quando incontra il marchese Alessandro Paulucci e tra i due si stabilisce una forte intesa, destinata a sfociare in una sorta di adozione da parte del marchese, che gli dona una tenuta a Mamiano, nel Parmense. Nella sua nuova veste di proprietario terriero Ferdinando Maria può finalmente figurare in società e mettere a frutto le acquisite competenze giornalistiche. Morta nel 1875 la moglie, divenuto nel frattempo segretario dell'on. Luigi Luzzatti, Ferdinando Maria rientra a Torino, dove conosce e sposa la sua seconda moglie, Cleonice Omati, madre dei suoi due figli, Pio e Mario.

Troppo irrequieto e ambizioso per accontentarsi delle modeste rendite provenienti dalla campagna, Ferdinando Maria decide di giocare la sua carta e di seguire in Argentina Basilio Cittadini, direttore de "La Patria degli Italiani", il quotidiano più diffuso nella comunità italiana di Buenos Aires. Nel giro di qualche anno riesce a consolidare la sua posizione finanziaria e a tessere contatti politici, sino all'amicizia con il Presidente Roca, grazie alla quale ottiene all'Ansaldo dei fratelli Bombrini la commessa per un incrociatore corazzato. È l'inizio della sua fortuna. Destreggiandosi abilmente nell'intricata situazione politica locale, che vede il progressivo deterioramento dei rapporti tra Argentina e Cile, Ferdinando Maria afferma il suo prestigio d'intermediario agli occhi dei fratelli Bombrini, sino a essere cooptato nell'Ansaldo, scalarne i vertici e divenirne, nell'arco di pochi anni, il maggiore azionista.

Ferdinando Maria Perrone morì il 9 giugno 1908 e i figli Pio e Mario gli subentrarono alla guida dell'Ansaldo e del "Secolo XIX", trasferendosi l'anno seguente da Villa Hofer a Villa Gruber, in corso Solferino. Come scrive Marco Doria nel saggio introduttivo alla "Guida all'inventario dell'Archivio Perrone 1871-1945", a cura di C. Cerioli e C. Rosati (Fondazione Ansaldo 2011): «Nel 1908 Perrone lascia ai figli Mario e Pio un'impresa dotata di 6 stabilimenti, cui si aggiunge l'officina di riparazioni navali a Istanbul, che dà lavoro a circa 4.000 persone, capace di produrre navi, apparati motori, locomotive, elettromeccanismi diversi, getti e fucinati d'acciaio. I fratelli Perrone ereditano dunque una realtà che testimonia, e sostiene, l'avvenuto decollo industriale italiano».●

Alessandro Tinterri è Consigliere scientifico
di Fondazione Ansaldo

di Massimo Morasso

Scavi in città

Al Teatro del Falcone di Palazzo Reale, la mostra "Storie dalla terra e dal mare. Archeologia in Liguria 2000-2015".

Genova, Santa Maria Delle Grazie la Nuova.
Piatto da pesce smaltato con decorazione dipinta a "cobalto-manganese", XIII secolo.

Il testo del (bel) catalogo di "Storie dalla terra e dal mare. Archeologia in Liguria 2000-2015" edito da Sagep per conto della Soprintendenza Archeologia della Liguria si apre così: "Il primo quindicennio del nuovo secolo ha segnato un deciso passo avanti delle conoscenze archeologiche in Italia, grazie all'introduzione di norme fondamentali, come quella sulla cosiddetta archeologia preventiva o la ratifica della Convenzione europea della Valletta". Lasciando agli addetti ai lavori la conoscenza dei contenuti della Convenzione, può essere interessante sapere cosa sia la "archeologia preventiva" - posto che si tratta di uno strumento, ci avverte il testo introduttivo, che a braccetto con la Convenzione ha "enormemente ampliato le possibilità d'intervento delle Soprintendenze Archeologia, sia in senso spaziale e intensiva moltiplicando le occasioni di verifica stratigrafica, sia in senso diacronico consentendo di indagare sistematicamente anche contesti di epoca post-antica". Nel Lessico del XXI secolo dell'enciclopedia Treccani (che, sia detto fra parentesi, anche nel mondo del world-wide-web ha ancora il suo perché), la archeologia "preventiva" compare come "il settore della ricerca archeologica che concilia la tutela del patrimonio con le esigenze operative di interventi edilizi, estrattivi o relativi a grandi opere infrastrutturali, che comportano lavori di scavo. L'affermazione del termine è legata allo sviluppo legislativo in materia, che dal punto di vista della pratica archeologica segna l'evoluzione dal concetto di interventi di emergenza a quello di interventi preventivi e, dal punto di vista della tutela, propone strumenti più idonei rispetto al vincolo puntuale, inefficace nel caso di lavori a scala territoriale". Forti di tali precisazioni, possiamo forse incominciare a capire come, tradotto in buone pratiche, questo nuovo corso dell'archeologia pubblica abbia portato a una serie di nuove, importanti scoperte, che interessano tutto il territorio regionale. E possiamo capire anche, d'altro lato, dal lato della "utenza", per così dire, come l'enorme ampliamento delle possibilità di interventi stratigrafici a larga scala, in questi ultimi anni abbia potuto comportare per noi abitanti di città qualche disagio pratico connesso all'apertura e ai tempi di ultimazione di questa o quell'opera di scavo. A tacitare i mugugnoni per partito preso, giova ricordare che è attraverso l'interpretazione della tradizione (il tempo) e del luogo (lo spazio) che una comunità sperimenta la propria identità. E che l'archeologia, preventiva o no che sia, risalendo nella ricostruzione del passato non fa un'opera "morta", di mera riesumazione, ma al contrario un'opera vivissima di recupero delle stratificazioni storiche e geografiche e dei "depositi" culturali che giustificano e danno significato all'oggi. Detto altrimenti, e tornando al concreto del nostro territorio: la Liguria è abitata da sempre, ma noi liguri di oggi siamo anche il prodotto di un accumulo di "sapienza" dell'essere e del-

l'abitare secondo ordini di segni e manufatti la conoscenza dei quali ci aiuta a rivelare anche a noi stessi la dinamica in divenire della nostra "ligusticità"... La mostra, a cura di Vincenzo Tiné e Bruno Massabò, è organizzata dalla Soprintendenza Archeologica della Liguria in collaborazione con gli altri Istituti periferici del MIBAC, con la Regione Liguria e il Comune di Genova, e negli spazi ben rimessi a nuovo del Teatro del Falcone di Palazzo Reale propone un'esposizione dei principali risultati della ricerca archeologica nel territorio che va da Ventimiglia a Luni. "Storie dalla terra e dal mare. Archeologia in Liguria 2000-2015" racconta di un work in progress intenso e fruttuoso, presentando una ventina di nuovi contesti di indagine, articolati, con intuito comunicativo, in quattro sezioni tematiche capaci di definire con semplicità le linee di un percorso espositivo che corrisponde a un movimento di lettura che va dall'analisi del "fuori" dei contesti urbani e lavorativi ("L'archeologia delle città"; "L'archeologia dei porti") a quella del "dentro" degli usi e costumi e della pratica devozionale e funeraria ("L'archeologia del quotidiano" e "L'archeologia del rituale"). Negli ultimi quindici anni, diverse città liguri hanno ospitato interventi di "archeologia urbana". Genova in primis, oggetto di oltre un centinaio di interventi che hanno condotto a scoperte di grande rilevanza per la storia della città. Come, per esempio, il rinvenimento in via della Maddalena, a seguito dei lavori ivi condotti fra il 2011 e il 2013, di un prezioso frammento di sarcofago in marmo databile a V secolo d.C., un reperto che è senz'altro fra i più notevoli fra quelli esposti. E poi anche Chiavari, Savona, Albenga (che bella, la fibula a delfino con smalti del I secolo d.C. rinvenuta in occasione della costruzione del parcheggio del nuovo Polo Didattico Diocesano nel 2010!), Imperia e Sanremo, la storia monumentale - e non solo - delle quali si è enormemente arricchita grazie a queste indagini, contribuendo alla definizione di un nuovo quadro dello sviluppo urbanistico. Un importante campo di applicazione delle moderne tecniche di ricerca archeologica, in cui la Liguria eccelle dai tempi della sua fondazione a opera del ligure Nino Lamboglia, è quello dell'archeologia subacquea. La sezione "Archeologia dei porti" della mostra dà conto, in particolare, delle significative prospezioni operate in questi anni da parte del Servizio Tecnico per l'Archeologia Subacquea, che anno dopo anno sta restituendo materiali che testimoniano dell'importanza dei porti di Genova, Vado e Imperia nei numerosi secoli della loro frequentazione fino ai giorni nostri. Nella terza sezione, dedicata alle forme dell'abitare e i modi della produzione, dalla preistoria all'età contemporanea, i protagonisti dell'esposizione diventano grotte e villaggi preistorici (su tutti, San Nicolao a Castiglione Chiavarese, dove sono state portate alla luce tracce di frequentazioni risalenti al Neolitico e all'Età del Rame, cioè a dire al IV-III millennio a.C.), domus romane e castelli medievali (il castello di Donetta a Torriglia e quello di Sesta Godano), fornaci, zecche e perfino una cucina sanremasca ottocentesca: spazi abitativi che, in un breve volo mentale che si può fare quasi a "colpo d'occhio" lungo teche e pannelli, offrono interessanti spunti di riflessione sulle tecniche d'insediamento, costruttive e produttive dei diversi gruppi umani che hanno abitato il nostro territorio nei millenni. L'ultima sezione, la più raccolta, affronta il tema della ritualità in ambito funerario e cultuale alla luce di recenti rinvenimenti di notevole impatto evocativo, come, in particolare, i corredi di sepolture e i contesti sacrificali delle nuove necropoli preromane di Albenga e Albisola. In sintesi e per concludere, la mostra si traduce in un passe-partout espositivo e narrativo da accogliere come l'invito rivolto a ciascuno di noi da un ideale storico della cultura materiale che, raccontandoci i frutti del suo lavoro più recente, ci consente di confrontarci vis à vis, in modo rapido, istruttivo ed emotivamente coinvolgente, con alcune grandi problematiche della Liguria antica, medievale e moderna - che è un altro modo di dire con alcune delle attitudini antropologiche e delle risposte culturali che abbiamo coltivato e praticato, nel tempo, per diventare quelli che siamo.●

Genova. Via Garibaldi.
Il primo tracciato stradale (1558-1571). Scavi 2012-2013.

di Luciano Caprile

Penisola di Yamal, Siberia, 2011 - © Sebastião Salgado/Amazonas Images/Contrasto

La "genesi" di Sebastião Salgado

A Palazzo Ducale, fino al 26 giugno, la nuova mostra del più importante fotografo documentarista del nostro tempo.

Sebastião Salgado, il più celebre fotografo vivente, espone dal 27 febbraio al 26 giugno al Palazzo Ducale di Genova duecento fotografie rigorosamente in bianco e nero appartenenti al ciclo "Genesi", il suo recente lavoro che intende sottolineare la necessità di salvaguardare il nostro pianeta attraverso un comportamento più rispettoso della natura. Per tale motivo egli ha dedicato gli ultimi otto anni alla scoperta di luoghi remoti cogliendone l'unicità e l'incomparabile bellezza. Il titolo "Genesi" nasce dall'intenzione dell'autore di ritornare alle origini del mondo, ovvero all'aria, all'acqua e al fuoco da cui è scaturito il senso di quella vita da preservare per le generazioni future. In particolare i suoi "scatti" portano alla nostra attenzione l'esistenza di tribù dagli stili di vita ancora primitivi e documentano i comportamenti di specie animali che hanno resistito all'addomesticamento. Afferma Salgado a proposito di questo suo lungo viaggio scandito da incomparabili visioni: «È un tentativo di antropologia planetaria e ha lo scopo di agire da monito. Finora avevo fotografato un solo animale, l'uomo». Le immagini, esibite a cura di Lélia Wanick Salgado, ci conducono nelle rigogliose foreste tropicali dell'Amazzonia, del Congo, dell'Indonesia, della Nuova Guinea; quindi ci proiettano nei ghiacciai dell'Antartide e, di rimbalzo, nei deserti americani e africani. Il tutto viene raccontato dai suadenti primi piani in luce e dai fondi sfuocati che creano un particolare clima dove la descrizione della scena si trasforma in suggestione, in malinconia, in nostalgia. Non si tratta solo di una ricerca estetica, ma anche etica e spirituale. Aggiunge Salgado: «È un modo per dire alle nuove generazioni che il pianeta è ancora vivo e va preservato. Abbiamo scoperto che il 46% del mondo si trova nelle condizioni del tempo in cui è stato creato». Pertanto questa avvincente sequenza fotografica rappresenta una preziosa realtà che non deve trasformarsi in rammarico a causa della rinnovata e purtroppo rinnovabile incoscienza dell'uomo. ●

Sud del Djanet, Algeria, 2009 - © Sebastião Salgado/Amazonas Images/Contrasto

Resine: colori, immagini, parole

I quarantaquattro anni di vita della rivista dove esordì Camillo Sbarbaro come poeta sono celebrati con una mostra alla Pinacoteca Civica di Savona.

Nel 1911 Camillo Sbarbaro esordisce come poeta con la raccolta "Resine" dove, come scrive Cristina Cavallo, "la condizione estrema di sopravvivenza della natura" viene rivelata attraverso "un ininterrotto ed estenuante processo di straniamento". Da "Resine" prende avvio una ricerca interiore da riflettersi per lui nell'indagine del parallelo microcosmo dei licheni (di cui Sbarbaro è considerato uno dei più attenti studiosi) che ha nutrito non solo la sua creatività, ma ha segnato la nostra letteratura della prima metà del Novecento.

Quando nel 1972 Adriano Guerrini e Vico Faggi decidono di fondare una rivista trimestrale da tradursi in una serie di "quaderni liguri di cultura", il titolo cade con felice immediatezza su quel nome.

E ora, l'attuale direttore di "Resine", Silvio Riolfo Marengo, ha pensato di celebrare i quarantaquattro anni di pubblicazioni (una straordinaria longevità per questa tipologia editoriale) allestendo una mostra alla Pinacoteca Civica di Savona, visitabile fino al 20 marzo. Nell'occasione sono state prese in esame le più interessanti copertine dove sono raffigurate opere di artisti che hanno scandito ogni uscita della rivista. Pertanto se il varazzino Guglielmo Bozzano interpreta da par suo il paesaggio nel numero di "Resine" del gennaio-marzo 1980, Bruno Liberti caratterizza il luglio-settembre dello stesso anno con un delicato disegno a filo di china che interroga le seduzioni del potere; il nerviese Romeo Drago (la cui lezione si rinnova nel gesto pittorico della figlia Maria Giulia) risponde invece nel 2008 con una sontuosa marina. Quindi incontriamo Sergio Palladini e la sua città in arborea lievitazione da sposarsi alle calligrafie di Vincenzo Accame; seguono le liriche acqueforti di Oscar Saccorotti, le parole dipinte di Milena Milani, che in Roberto Sanesi si trasformano in gesto poetico.

Ma altri importanti artisti, il cui legame con la nostra regione si dilata nel tempo, hanno alimentato l'immediato sguardo della rivista e ora manifestano il loro estro in rassegna con parallele presenze: Lele Luzzati, Luigi Caldanzano, Aurelio Caminati, Raimondo Sirotti, Eso Peluzzi, Paolo Rodocanachi, Saba Telli, Mario Rossello, Emanuele Rambaldi, Giampaolo Parini, Renata Minuto, Alberto Beniscelli, Roberto Bertagnin, Torido Mazzotti, Alberto Boschi, Gianbattista De Salvo, Gianni Ferro, Walter Morando. Poi compaiono celebri "foresti", che in varia misura (per frequentazione o per affinità) sono stati legati alla nostra terra. E qui si va da Pellizza da Volpedo a Lucio Fontana, Sergio Dangelo, Agenore Fabbri, Arturo Martini, Aligi Sassu, Enrico Baj, Asger Jorn, Hsiao Chin, Filippo de Pisis, Giovanni Fontana, Carlos Carlé, Farfa, Arnaldo Pomodoro, Pier Paolo Pasolini, Ivos Pacetti, Ernesto Treccani, Enzo Maiolino, Raffaele Collina, Nanni Balestrini, Nani Tedeschi, Giöxe De Micheli, Federica Galli, Tullio Pericoli, Leonardo Rosa, Giuliana Consilvio, Gral. E giustamente si incontra anche Sbarbaro, non solo nel ritratto che gli dedicò Carlo Tomba nel 1920, ma in alcune lettere, negli appunti, nelle pubblicazioni e in altre curiosità che da sempre legano la letteratura al mondo dell'arte, come documenta efficacemente il numero della rivista edito per la circostanza in funzione di prezioso catalogo. (L.C.)

I NOSTRI CLIENTI CI VEDONO COSÌ!

B&T

Business & Transport Solutions

Come dare torto ai nostri Clienti se ci vedono come dei supereroi?

Da 18 anni offriamo ai nostri Clienti il meglio della logistica e servizi dei trasporti: spedizioni import-export espresse, aeree, marittime e via terra in 210 paesi nel mondo, monitoraggio proattivo delle spedizioni, imballaggio e trasporto delle merci pericolose, consulenza e preparazione delle pratiche doganali (incluso bordo nave in CEE). Questi sono i nostri superpoteri!

www.betservice.net info@betservice.net T 010.745.0877 F 010.741.3630

IATA

RINA

CONFINDUSTRIA

REMADE IN ITALY

HIGH-END REFIT & REPAIR SOLUTIONS

AMICO &CO

amicoshipyard.com

©MELORIA