



pieffepi VISION
TASTIERE A MEMBRANA
LAMPADE ELETTROLUMINESCENTI

VIA UGO LA MALFA N° 4 - 27018 VIDIGULFO (PV)
tel. 0382.696046 - 696221 fax 0382.696224
internet: www.pieffepivision.it
e.mail: info@pieffepivision.it - staff@pieffepivision.it

tecniche nuove
www.tecnichenuove.com

CNA organo ufficiale
ASSOMECCANICA



SPECIALE FIERA

Nella città della Subfornitura

Espositori e visitatori sono i protagonisti della fiera di Parma. Per comprendere meglio di cosa si tratta, abbiamo intervistato Giorgio Verga - Direttore Senaf

• a pag. 4 •



SERVIZI

Soluzioni automatiche e flessibili

Quando un'azienda guarda al futuro sa di dover investire in tecnologia e garantire un servizio di assistenza completo e accurato.

• a pag. 37 •



ATTUALITÀ

Cosa cambia per il TFR

A partire dal 2007 i lavoratori dipendenti dovranno scegliere se conferire il TFR alla previdenza integrativa.

• a pag. 20 •

editoriale



Una sfida giocata sulla qualità

● Giancarlo Gamberini
Responsabile Nazionale
CNA Produzione

Gli osservatori congiunturali e i vari centri studi economici sono stati tutti piuttosto unanimi nel consegnarci un quadro di sintesi consuntiva del 2006, caratterizzato da un effettivo consolidamento della ripresa, con una crescita progressiva di volumi produttivi e di fatturati dopo quattro anni di sostanziale stagnazione. La stessa Istat segnalava a fine anno una crescita dell'attività manifatturiera con una dinamica su base annua superiore al 2% e con variazioni positive più pronunciate nei beni intermedi (+3,7%) e nei beni strumentali (+2,8%). Suddiviso per settore merceologico il confronto 2005/2006 ha confermato, ancora una volta il peso trainante della meccanica, con gli aumenti maggiori (in ordine decrescente) per mezzi di trasporto, apparecchi elettrici e di precisione, macchine e apparecchi meccanici. Si tratta di una crescita inferiore, rispetto a quella registrata

mediamente negli altri Paesi dell'area Euro e ancor più rispetto a quella di altri Paesi dell'Europa allargata, ma con un differenziale inferiore a quello cui ci eravamo abituati in Italia negli ultimi anni. Il 2007 è iniziato un po' sottotono, anche per le incertezze sul quadro evolutivo del rapporto di cambio tra Euro e Dollaro. Le prospettive di periodo, però, restano favorevoli e incoraggiate da una ripresa produttiva che in Italia non sembra generata soltanto da fattori ciclici, ma da un miglioramento seppur ancora insufficiente di ordine strutturale. È un trend positivo che, in prima battuta, ha coinvolto principalmente la media impresa (come spesso ci evidenziavano i vari osservatori congiunturali della CNA distribuiti sul territorio individuando una maggiore capacità di recupero nelle imprese con più di 50 addetti e più difficoltà nelle microimprese

■ segue a pagina 19



ENTRO LA DATA PREVISTA DEL 2020 LE ENERGIE PULITE DOVRANNO COPRIRE IL 20% DEL FABBISOGNO DELL'UNIONE EUROPEA.

ECONOMIA

Le aziende italiane alla prova del protocollo di Kyoto

L'entrata in vigore avrà effetti concreti e a breve termine per le aziende italiane. È necessaria una grande collaborazione tra imprese e istituzioni per non perdere in competitività e raggiungere il bene comune

di Riccardo Pesce

Fin dai tempi della Rivoluzione industriale l'uomo si è reso conto del suo tremendo potere di cambiare l'ambiente in cui vive per adattarlo alle esigenze del progresso e della crescita economica. Ma gli industriali dell'epoca non immaginavano neppure l'entità delle ferite che un uomo moderno può infliggere al pianeta. Col passare dei secoli la tecnologia ha notevolmente aumentato la capacità industriale, con l'effetto di migliorare la vita delle persone, ma anche di distruggere



irrimediabilmente molti ambienti ed equilibri costati milioni di anni di evoluzione. Fortunatamente il XX secolo ha visto la nascita di una nuova coscienza eco-

logica secondo la quale non è possibile continuare a sfruttare il pianeta in maniera indiscriminata, poiché la Terra è pur sempre la nostra casa, e non ne abbiamo un'altra.

Oggi, è quindi difficile trovare nel mondo occidentale anche una sola persona che non abbia almeno un barlume di sensibilità verso la natura. D'altra parte, l'interesse alla preservazione collide in taluni casi con l'interesse alla produzione. Tutti sanno che le automobili inquinano, allo stesso modo tutti sanno che non è pensabile allo stato un mondo che faccia a meno delle automobili. Ma il mondo sta davvero andando alla rovina? Il riscaldamento globale è reale?

■ segue a pagina 52

DISTRETTI INDUSTRIALI

Un mondo in perpetua evoluzione

L'azienda individuale o familiare senza dipendenti rappresenta non meno del 25-30% del totale delle imprese italiane

di Giovanni Carlini

Se il distretto gode di un "genius loci", è gioco forza che debba mantenere una tipicità locale tutta sua, tale da estraniarlo nel confronto con altre pari realtà. Praticamente, il distretto è un mondo che vive a se stante con scarsi o pochissimi elementi di raffronto con gli altri comprensori. Se i di-



stretti riconosciuti da provvedimenti regionali sono 156 a gennaio 2007, ve ne sono molti ancora in attesa di riconoscimento e altri in aperta fase di ristrutturazione. Il numero complessivo potrebbe andare anche oltre le 230 unità. Per esempio, il Comprensorio del prosciutto di San Daniele ben

■ segue a pagina 53

CONVEGNO

IL FUTURO DELLA TRASMISSIONE DI POTENZA

meccanica, fluidodinamica, motion control e distribuzione industriale



31 maggio 2007
Centro Congressi
Milanofiori Assago (Mi)

■ segue a pagina 25

continua da pag. 1 - Un mondo in perpetua evoluzione

introdotto sul mercato statunitense, alleandosi con il Distretto del pesce di Mazara del Vallo (quest'ultimo forte in Spagna e Nordafrica) ha potuto aprire nuovi scenari sui mercati internazionali. In un mondo così variopinto, manca però un interlocutore unitario, anche se la precedente legislatura ha lanciato 2 importanti progetti oggi bloccati: la tassazione concordata per singolo distretto e quella compensata. L'obiettivo, oltre alla facilitazione fiscale, era quello di rendere più coeso ed individuabile un magmatico mondo in perpetua geometria variabile. Nel dettaglio, l'obiettivo è una tassazione comune per

tutto il distretto, coinvolgendo aziende di diverso ordine e livello, ma accomunate dal far parte di una realtà comune.

Una dimensione però, da non dimenticare, che nei primi 6 mesi del 2006, ha saputo imporre un'accelerazione del 7,7% al suo export nel primo semestre 2006 e che ha "lavorato" un 0,7% in più, rispetto a chi non fa parte di alcun comprensorio. In particolare ha brillato il settore delle vendite di semilavorati in metallo e di macchinari per le fabbriche, come indicato in tabella 1.

Una differenziazione regionale: i distretti del Nord Ovest hanno terminato un'intensa fase di revisione

della loro politica di marketing, raccogliendo solo ora i risultati sui mercati esteri, mentre le aree del Centro e del Sud sono ferme. In particolare, il Centro non riesce a esportare di più e il Sud perde quote di mercato. All'interno dello stesso Distretto le condizioni per singola impresa o settore sono molto differenziate. Per esempio: il sistema moda, i mobili ed gli elettrodomestici sono in crisi. Non sanno competere sia con i paesi emergenti sia con le strategie di internazionalizzazione, adottate dalle altre aziende europee. Chi in Italia ha concluso un lungo iter, che solo ora sta offrendo i suoi risultati, ha dovuto perseguire un nuovo

programma di riesame complessivo dell'impresa, tale da interrogarsi sul ruolo che si vuole ricoprire sul mercato globale, quindi un approfondimento sulle reali capacità del fattore umano nel sapersi identificare ed immedesimare nella propria impresa e spingere così anche sulla rete commerciale (vedi tabella 2). Va segnalato che chi è in difficoltà non ha perso tempo. Ha solo avviato un percorso di riesame e ristrutturazione in quest'ultimi mesi dovendo attendere almeno 18-36 per ottenere qualche risultato. A carattere generale, e anche considerando tutta l'imperfezione della generalizzazione, la situazione dei distretti toscani è in linea di massima riconducibile ad una fase di aperta ristrutturazione del tipo appena descritto. Degli 11 distretti Toscani qui ne vengono descritti 4, avendo proceduto alla presentazione degli al-

tri 7 nel numero 1 di Subfornitura News 2007.

Distretto tessile di Prato

Che cos'è: Il distretto è articolato sul classico micro-sistema basato su un'articolata divisione della produzione tra tante piccole ed a volte anche medie imprese, indipendenti tra loro, ciascuna specializzata in una sola attività (filatura, tintoria, ritoritura, ordinatura, tessitura, finissaggio). In termini di metodica di lavorazione il conto terzi è la forma di rapporto più diffusa. Punto di forza del Distretto di Prato, sono le relazioni con i mercati internazionali, grazie anche al supporto di una serie di strutture consortili per la promozione e la commercializzazione. *Che cosa fa:* Specializzato nella produzione di filati per maglieria, tessuti per abbigliamento, articoli tessili per l'industria dell'abbigliamento, delle cal-



Cartina del Distretto tessile di Prato, Santa Croce, Valdarno e Valdinievole

zature, dell'arredamento e per impieghi tecnici comprendono tutte le lavorazioni del settore, dalla finitura al fissaggio dei tessuti. *I numeri:* 7.850 imprese, con 47.900 occupati, 4.695 milioni di euro di cui esportati 2.605

Chi coordina: l'Unione industriale pratese a Firenze www.pratoartestoria.it

Distretto conciario e calzaturiero di Santa Croce sull'Arno

Che cos'è: Un distretto strategico per la concia delle pelli in Italia, dove è con-

Tabella 1 - Chi vince e chi perde in export nel confronto tra aziende appartenenti al distretto e non

Periodo di confronto luglio 2005 - giugno 2006		
Settore	azienda nel distretto	impresa fuori dal distretto
Sistema moda: intermedi	6,8	0,4
Sistema moda: beni di consumo	2,4	3,6
Mobili ed elettrodomestici	1,1	1,8
Alimentare	3,0	3,8
Meccanica strumentale	3,1	6,8
Sistema casa: beni per l'edilizia	10,2	5,4
Prodotti in metallo per l'industria	9,0	6,9
Sistema casa: manufatti vari	8,0	6,6

Tabella 2 - I segreti per rilanciarsi sul mercato globale

Per affermarsi sul mercato servono nuove strategie di impresa
Sotto il punto di vista produttivo: scelta del posizionamento in chiave di qualità ed innovazione
Distributivo: marketing e commercializzazione ed aree di sbocco
Politica del personale: selezione e formazione. Acquisizione delle lingue e spirito di gruppo



La Forza dell'Esperienza

Dall' inizio degli anni ottanta COMECART studia, progetta, realizza e trasforma impianti per cartiere e per diversi settori industriali, costruisce componenti su progettazione interna o su disegno del cliente ed effettua lavorazioni meccaniche e carpenterie.

Since the early 1980s COMECART has studied, engineered, manufactured and converted equipment for paper mills and other industries. We also manufacture components in-house or according to customer design and can accommodate clients' mechanical and metal structural needs.

The Power of Experience



COMECART - Costruzioni Meccaniche Cartiere S.p.A.

Via Valle Po, 88 - 12020 CUNEO - Tel. +39.0171.410.410 - Fax +39.0171.411.158
factory@comecart.it - www.comecart.it

problemi di spezzonatura nastri adesivi ?

DISTRIBUTORI AUTOMATICI Serie POLO

POLO 1100/1000

- programmazione della lunghezza di mm. in mm.
- regolazione della pressione sui rulli in funzione del nastro usato
- funzionamento sia in manuale che in automatico tramite un sensore, che dopo il prelievo dello spezzone tagliato, prepara quello successivo.
- taglio a ghigliottina con lame silconate
- spezzonatura da 20 a 999 mm di lung.
- larghezza nastri da 8 a 50 mm

Partecipiamo a: **MEC-SPE**
FIERE DI PARMA
22 / 24 marzo 2007
www.senaf.it

COFILI srl
Via Friuli, 5
20046 BIASSONO MI
Tel. 0392324396 fax. 0392494038
E-mail : info.cofili@cofili.com www.cofili.com

Partecipiamo a: **MEC-SPE**
FIERE DI PARMA
22 / 24 marzo 2007
www.senaf.it



to sia stato arricchito da altre attività collaterali quali la produzione chimica, macchine per conceria, servizi, manifatture dell'abbigliamento, quindi pelletteria e calzature impegnando così una cospicua parte di forza lavoro.

Che cosa fa: Operando all'interno di nicchie di mercato, impone un prodotto di marca.

I numeri: circa 1.400 imprese con 10.000 occupati. Un fatturato di 2,6 miliardi di euro. L'export riguarda al 40% le conchiere ed il restante 60% i calzaturieri.

Chi coordina: La Provincia di Pisa - www.provincia.pisa.it

Distretto della pelle, cuoio e calzature di Valdarno superiore

Che cos'è: A lato di una produzione agricola di qualità, importanti nomi della moda, pur avendo le sedi direzionali all'estero, hanno comunque aperto diversi laboratori di progettazione e produzione dando vita ad una fitta rete di medie imprese. Le firme in gioco sono Fendi, Louis Vuitton, Prada, Gucci, Ferragamo, Chanel, Dior e Celine. Da segnalare l'unione sinergica dei Comuni del Valdarno aretino e di quello fiorentino per disporre di uno

strumento unitario di marketing per battersi sul mercato globale.

Che cosa fa: Principalmente progettazione e produzione per grandi marche.

I numeri: 1.500 imprese con 6.000 occupati. Il 50% della produzione è dedicata all'export.

Chi coordina: Consorzio Arezzo innovazione - Subbiano (Ar) - www.arez-zoinnovazione.org

Distretto calzaturiero di Valdinievole

Che cos'è: Dopo una crisi di grande impatto subita negli anni Ottanta, oggi il Comprensorio è all'essenziale. Nonostante ciò, l'ossatura produttiva è sempre articolata su aziende piccole e piccolissime a mera conduzione familiare ed artigianale. Nonostante ciò, il Distretto è stato capace di dotarsi sia di un centro tecnologico per la diffusione delle procedure informatiche, che di un programma di formazione.

Che cosa fa: Specializzato nella produzione industriale della calzatura, pelle e cuoio

I numeri: 583 imprese con 3.900 occupati ed un fatturato di 253 milioni di euro, esportato al 51%

Chi coordina: CCIAA di Pistoia - www.aaster.it

l'ignorante

No formazione? Ahi, ahi, ahi...



● Giovanni Carlini
Sociologo e
consulente aziendale

Si apre una rubrica dedicata a coloro che sono *tribolati* da ogni parte ma non schiacciati, sconvolti ma non disperati, colpiti ma non travolti nel perseguire il successo della loro azienda. Si tratta di uomini, imprenditori e quadri, che lottano sul mercato globale, non conoscendo alcuni elementi di base che semplificherebbero il loro lavoro. A questi campioni di resistenza, a cui la Nazione deve tanto, si dedica la presente rubrica ricordandogli che senza formazione non si va da nessuna parte in un mondo globalizzato. A questo punto la domanda che sorge è: a che cosa serve la formazione in una PMI? Diversi organi istituzionali italiani, quali Camere di Commercio, Confindustria, associazioni di categoria ed infine anche le Università, convergono su un concetto statisticamente provato nell'estate 2006: la formazione in azienda è motivo di maggiori fatturati.

Sulla quantificazione di questo

dato, in effetti, c'è da discutere, nel senso che chi riconosce all'azienda "formata", a parità di condizioni con quella non soggetta ad alcun processo evolutivo, un +37%, altri misurano questa differenza in un appena +12%.

In realtà in discussione non c'è tanto l'opportunità di formarsi per conoscere il mercato globale e quindi posizionarsi, ma i criteri di raffronto tra aziende che avendo fattori umani diversi, reagiscono con potenzialità opposte!

Si torna al noto concetto che chi ha selezionato, formato ed arringato il proprio personale, portandolo allo stadio "ready" ovvero "in gamba", risolve meglio i problemi, più in fretta e quindi a costi minori. Nel complesso, tutta l'attività aziendale "gira meglio", ottenendo di più a costi inferiori. Una capacità di questo genere è molto difficile da quantificare, anche se negli USA si vorrebbe inserire in bilancio una nuova voce: efficienza del personale.

Lasciando agli specialisti l'onere di capire come e quanto dare un valore al fattore personale, come è possibile migliorare questo aspetto? Per poter iniziare ad elevare la produttività dell'azienda, partendo dal fattore più critico, ovvero quello del personale, servono 2 politiche: una per il personale ed una formativa.

La politica del personale si sviluppa grazie ai riti (ingresso, conseguimento del fatturato previsto, del 1.000° cliente servito, di Natale-Pasqua e occasioni diverse).

Non è importante cosa si festeggia ma il farlo, trasformando un gruppo di persone al lavoro, in clan aziendale.

La politica di formazione dell'impresa insegna al "popolo aziendale" come lavorare meglio, faticare di meno, ottenere di più; in pratica aumentare la quantità di "cose" fatte nell'unità di tempo (in genere in un'ora di lavoro). Tutto questo si chiama produttività.

SHOWA

Una grande scelta in ogni categoria

Nitrile (8 modelli)

- Supporti Cotone/Poliestere
- Supporti Nylon
- Supporti Kevlar®
- Supporti Dyneema®

PVC (11 modelli)

- Supporti Cotone
- Supporti Kevlar®

Poliuretano (12 modelli)

- Supporti Nylon
- Supporti Dyneema®

Lattice (7 modelli)

- Supporti Cotone/Poliestere
- Supporti Acrilico/Cotone/Poliestere
- Supporti Kevlar®

Per informazioni e/o ordinazioni rivolgersi all'importatore ufficiale:

rival Buguggiate (VARESE)
Since 1978 ☎ 0332-458338 - Fax :0332-457664
www.rival.it - E-mail: nos@rival.it

Selezioniamo venditori/venditrici
monomandatari automuniti per zone libere in LOMBARDIA - PIEMONTE - LIGURIA- EMILIA
(eventualmente anche prima esperienza purché ben motivati)

TRATTAMENTI GALVANICI CON BAGNI ECOLOGICI e ZINTEK E TECHSEAL,

TRATTAMENTI ECOLOGICI ESENTI DA CROMO ED IDROGENO CON ALTISSIME RESISTENZE ALLA CORROSIONE

UFFICI E STABILIMENTO:
Via Torricelli 16-18-20 - 10042 Nichelino (TO)
telefono 011.605.12.12 (5 linee r.a.)
telefax 011.606.07.28
e-mail: info@dicostagiuseppe.com
Cod. Fisc./Part. IVA 00497080010

QUALITÀ IN AZIONE

www.dicostagiuseppe.com