N.3 - 2018

MAKING

Industria Romagna

CONFINDUSTRIA
ROMAGNA

UNA FONDAZIONE PER LA CITTA' ROMAGNA

Poste Italiane Spa Spedizione in abbonamento postale D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n.46) art.1 comma 1 – CN/RA - 1,50 €

RAVENNA24ORE.it

leggi quel che succede,

scrivi quello che pensi.

Mi piace

Seguici

+1

MAKING

Industria Romagna

Negli ultimi mesi abbiamo messo a fuoco le potenzialità della nostra grande città-Romagna, e intravisto la forza che può sprigionare il nostro territorio unito in tutte le sue eccellenze, siano esse industriali, culturali, turistiche. Come vi raccontiamo nelle prossime pagine, non è solo una visione, un sogno: ce lo ha confermato il premio Nobel Eric Maskin intervenendo alla seconda edizione di Fattore R, e noi vogliamo provare a realizzarlo chiamando a raccolta persone, istituzioni, organizzazioni e chiunque sia interessato a fare quel salto di competitività che la Romagna merita e che ha nelle gambe.
Per questo nella nostra assemblea annuale abbiamo lanciato l'idea di una Fondazione che ci incoraggi a muoverci come un corpo solo, a parlare con una voce sola, arricchita dalle tante tonalità che questo territorio sa esprimere. Un contenitore dove convogliare quelle idee che potranno rendere la Romagna un esempio, un modello da seguire.

Paolo Maggioli
Presidente Confindustria Romagna

errepi

Le nostre idee di movimentazione ci rendono speciali

Our ideas of motion make us special

C.M. srl - Via Bedazzo, 39 • 48022 Lugo (RA) Italy
Tel. +39 0545 34134 • Fax +39 0545 32117
cm@cm-elevatori.it

cm
Excellence in motion

www.cm-elevatori.it

INDICE

Direttore responsabile
Carlo Serafini

Comitato di Redazione
Marco Chimenti, Franco Raffi, Carlo Serafini

Coordinamento testi
Federica Vandini
Roberta Silverio

Iscrizione
n. 1418 del 04/05/2015 nel Registro
della Stampa del Tribunale di Ravenna

Editore
Edit Italia Srl - P.zza Bernini, 6 - 48124 Ravenna
Tel. 0544-511311

Proprietario
Confindustria Romagna

Immagini
Archivio editoriale, fotografi vari,
acquistate su www.shutterstock.com

Stampa
Ra PI 02464670393

Diffusione
Poste Italiane Spa Spedizione in abbonamento postale D.L. 353/2003
(conv. in L. 27/02/2004 n.46) art.1 comma 1 - CN/RA - 1,50 €

Concessionaria esclusiva per la pubblicità

PUBLIMEDIA ITALIA

Publimedia Italia srl
P.zza Bernini, 6 - 48124 Ravenna
Tel. 0544-511311 - info@publimediaitalia.com
www.publimediaitalia.com

07 ROMAGNA MOTORE DI SVILUPPO
L'assemblea annuale dell'Associazione

09 UN'UNICA REALTÀ, UN MODELLO DA SEGUIRE
Estratto dalla relazione di Paolo Maggioli

11 A CESENA FIERA SECONDA EDIZIONE DI FATTORE R

15 TURISMO, IN ARCHIVIO UNA STAGIONE RECORD
di Andrea Corsini

18 RIMINI, UNA VISIONE D'AVANGUARDIA
di Massimo Pulini

20 RICERCARE LA "QUADRATURA DEL CERCHIO": VERSO UN MODELLO DI BUSINESS SOSTENIBILE
di Andrea Segrè

24 LA CONCRETEZZA DEL PENSARE INCONTRA QUELLA DEL PRODURRE
di Agostina Melucci

28 NUOVE PROFESSIONALITA' CON IL MASTER IN TRASPORTO MARITTIMO, PORTUALITA' E LOGISTICA
di Greta Tellarini

30 VEDERE DA VICINO PER GUARDARE LONTANO
di Ilia Varo

33 UN APPROCCIO STRATEGICO PER IL BUSINESS A STELLE E STRISCE
di Muriel Nussbaumer

35 STORYTELLING & CROSSMEDIA
di Luigi Gambarini

37 CRESCITA PIU' TENUE MA SEGNALI COMUNQUE POSITIVI, TRAINATI DAL MERCATO DOMESTICO

39 AZIENDE
VENIERI
THE EDGE COMPANY
CITTADINI DELL'ORDINE S.P.A
SKEMA

BI.COM system srl

Tecnologia ed ottimizzazione per l'ufficio

Personalità
Tecnologia
Funzionalità

- Automazione ufficio
- Arredamento ufficio
- Assistenza e Aggiornamenti

I nostri punti di forza?

Esperienza

Professionalità

Servizio puntuale e tempestivo

Per noi il vero **valore aggiunto** nella relazione con il cliente è la **qualità** che garantisce la **continuità**.

tecnologia ed ottimizzazione per l'ufficio
BI.COM system srl
Pasquali & Bandini

Via Filippo Re, 33
48100 Fornace Zarattini (RA)
Tel. 0544.460616

Fax. 0544.501578
www.bicomsystem.it
bicom@bicomsystem.it

info

ROMAGNA
MOTORE DI SVILUPPO

Maggioli, Boccia, Buffagni e Parsi

L'arrivo degli ospiti a San Patrignano

Una Romagna più forte in una Regione più forte: è la l'idea emersa dall'assemblea annuale di Confindustria Romagna dal titolo "Romagna, motore di sviluppo", che si è svolta a San Patrignano davanti a centinaia di imprenditori associati e alle autorità. L'assemblea ha chiuso il quarto Festival dell'industria e dei valori di impresa, manifestazione che in quasi due mesi ha coinvolto 50 aziende del territorio in open day e iniziative, aprendo le porte a cittadini, istituzioni e autorità per far toccare con mano il valore sociale del fare impresa.
Dopo i saluti dei presidenti della Comunità di San Patrignano, Antonio Tinelli, delle province di Rimini e Ravenna, Michele De Pascale e Andrea Gnassi, e del sindaco di Coriano Domenica Spinelli, sono intervenuti Vittorio Emanuele Parsi, docente di Relazioni internazionali all'Università Cattolica di Milano e direttore dell'Alta Scuola di Economia e Relazioni Internazionali (ASERI) e il Sottosegretario Buffagni. Ha concluso i lavori il presidente di Confindustria Vincenzo Boccia che ha ricordato l'importanza del sistema industriale della Romagna nel fare dell'Italia la seconda manifattura d'Europa. "Confindustria Romagna – ha detto Boccia – è un esempio per il Paese per la sua capacità d'interpretare i bisogni del territorio promuovendo una politica inclusiva fatta d'impegno e collaborazione per il bene delle imprese e della comunità".
Nel suo intervento, di cui pubblichiamo un estratto di seguito, il presidente dell'associazione Paolo Maggioli ha proposto la costituzione di una Fondazione di cui facciano parte imprenditori, amministratori locali, associazioni, ceti produttivi e manager di utilities, scuola, università, sanità, infrastrutture.

Il discorso del presidente Maggioli

Il discorso di Vincenzo Boccia

Le interviste in sala stampa

La platea dell'auditorium di San Patrignano

Un'unica realtà, un modello da seguire
Estratto dalla relazione del presidente Paolo Maggioli

Nel suo affascinante studio "Connectography, le mappe del futuro ordine mondiale", il brillante stratega geopolitico Parag Khanna afferma che "entro il 2030 più del 70% della popolazione mondiale vivrà in città che per la maggior parte non distano più di ottanta chilometri dal mare". E specifica questo concetto aggiungendo che le città con maggiore potenziale di sviluppo contano un milione di abitanti e gravitano attorno ad una grande azienda o a un comparto industriale.
Cosa ci fa venire in mente? Il mare, un milione di abitanti, un'importante realtà manifatturiera… Già, è proprio la Romagna. Siamo noi.
Guardando ai numeri siamo di fronte ad una realtà ancora "piccola, ma, se ci alziamo in volo sopra la Romagna, vediamo un grande comparto che compete a livello globale che è quello del turismo, supportato egregiamente dal fieristico-congressuale. Non solo; in Romagna insiste un altro formidabile "distretto", quello dell'agroalimentare, anche questo competitivo a livello internazionale. Se poi imbocchiamo la via Emilia partendo da Rimini per arrivare ad Imola, troviamo, in breve sequenza una dall'altra, una serie di grandi aziende leader nei loro mercati, e si tratta di mercati globali. Attraversiamo il comparto delle calzature di San Mauro, da tempo inserito nei distretti "storici" che hanno fatto la fortuna dell'Italia. Dal mare poi, in barca, entriamo nel porto di Ravenna, dalle potenzialità enormi con alle sue spalle una rete di canali, infrastrutture ed industrie che hanno significato e rappresentano ancora tantissimo per il settore produttivo italiano. Senza paragoni poi le infrastrutture "culturali", una concentrazione di bellezze naturali e monumenti di livello internazionale. Infine, la Romagna è diventata un modello di stile di vita, che è anche modello di sviluppo economico, grazie alla bella intuizione della Wellness Valley.
La dotazione infrastrutturale romagnola è buona: un porto importante e altri approdi che possono essere sviluppati; due aeroporti, fin troppo litigiosi in passato, e ben tre piste di dimensioni ragguardevoli, diverse linee ferroviarie, una discreta dotazione stradale a autostradale, il Cer, la diga di Ridracoli; e l'elenco potrebbe essere lungo, ma non dobbiamo dimenticare altre realtà fondamentali come una ormai radicata presenza universitaria. Una buona base di partenza, ma serve di più.

Siamo nell'era del digitale, dei social, dell'essere connessi globalmente e continuamente. Ma paradossalmente viviamo anche un aumento esponenziale dell'individualismo. Su questo dobbiamo fare attenzione. Ritengo che l'idea di mondo abbia senso solo perché c'è l'idea di insieme. E così è per la Romagna.
Perché fino ad ora non siamo riusciti a fare la Romagna? Troppi campanilismi, troppi steccati, troppa chiusura, forse addirittura troppa paura. Quindi ci arrendiamo? No, perseveriamo. Dobbiamo crederci e lottare per realizzare anche i sogni che ci sembrano irraggiungibili.
Guardiamoci bene negli occhi. Sapete cosa vedo? Vedo la Romagna. Vedo una, mille, 10 mila, un milione di storie di vita, di uomini e donne, di imprese.
Io vedo cuore, vedo passione, vedo intraprendenza e prontezza nel risolvere i problemi e trovare soluzioni.

La Romagna deve abituarsi a pensare come unica entità. I cento campanili attuali debbono restare, perché rappresentano un valore culturale e sociale, ma debbono assumere una nuova mentalità, devono essere capaci di mostrarsi coesi. Dobbiamo essere pragmatici e funzionali per la crescita, lo sviluppo e il benessere dei singoli, della comunità e del territorio. Basta con le anacronistiche discussioni ideologiche, basta con la divisione "talebane" tra pubblico e privato. Un servizio pubblico o un'azienda raggiungono i loro scopi quando creano valore, che sia un buon servizio per gli utenti o il dividendo per gli azionisti.
Investiamo sul Valore Umano. Il welfare diventa a sua volta una catena di valore. Positivo il fatto che la nostra sanità pubblica, di alto livello, sia già stata capace di darsi una dimensione romagnola come quella qui auspicata.
Tutto sta cambiando. La scelta sarà tra farsi trovare pronti con un'adeguata governance o tenere un atteggiamento passivo che porterà inevitabilmente a rientrare nella categoria degli "esclusi".

Realtà Romagna
Serve una nuova governance che veda l'unione delle forze produttive di un territorio, sia pubbliche che private, formata da persone competenti, capace di mobilitare investimenti e risorse. Solo così si garantisce la crescita e il benessere di un territorio.
La maggior parte dei cittadini vuole sentirsi sicura, avere

Un momento del pranzo nel salone di San Patrignano con i ragazzi della Comunità

casa, lavoro stabile, prospettive di una vecchiaia serena, contatti con familiari e amici e la possibilità di esprimere la propria opinione.
Per garantire queste esigenze servono infrastrutture, aria a acqua pulite, trasporti veloci e puntali, facilità di business, buone scuole, case di qualità, assistenza sanitaria e all'infanzia, possibilità di movimento e libertà d'espressione.
La crescita continua a correre in quelle zone dove c'è una burocrazia ridotta, delle normative agili e una fiscalità semplice. Sono i territori ideali per attirare investimenti e sempre si crea un circolo virtuoso tra pubblico e privato.
Negli ultimi anni lo sviluppo della Romagna è stata frenato anche da scelte politiche-amministrative regionali non sempre benevole. L'impressione è che talvolta le nostre zone siano state trattate come parenti lontani e non come figli prediletti. La Regione ha operato egregiamente per sviluppare Bologna, lo sguardo arrivava al massimo alle vicine Modena e Reggio. Pensiamo allo sviluppo del capoluogo regionale nel turismo, nei trasporti, nell'industria, nella finanza. E pensiamo alle recenti vicende delle Fiere, alla decennale guerra dei cieli, al nostro turismo non sempre promosso al meglio, ai problemi ambientali talvolta trascurati. Insomma si poteva e si doveva fare di più per la Romagna, c'è stato un centro favorito e delle periferie trascurate. Questa logica, per il bene di tutti, non è più sostenibile. Serve una Romagna più forte per una Regione più forte.
Così non sono auspicabili fughe in avanti su scelte strategiche. Siamo stati, siamo e continueremo ad essere contrari alla Camera di Commercio di Ravenna e Ferrara perché contraria alla nostra idea di Romagna. La Camera di Commercio deve essere unica e romagnola.
La Romagna è una realtà. Se vogliamo essere protagonisti, siano noi i primi a doverci credere.
Quello che ci serve è un corpo dove mettere la nostra convinzione, il nostro cuore, la nostra passione, il nostro "fare insieme". Un organismo di cui facciano parte gli imprenditori, gli amministratori locali, i ceti produttivi, i manager di utilities, scuola, università, sanità, infrastrutture, associazioni.
Da questo organismo - che può assumere all'inizio la forma di una Fondazione, trasparente e aperta al dialogo - devono partire le idee che si danno come obiettivo la crescita e lo sviluppo. Queste idee devono entrare nel dibattito pubblico, senza proclami di autonomia e indipendenza che in passato sono risultati controproducenti, ma facendo capire i vantaggi che un territorio coeso porterebbe a tutti.
Facciamolo e saremo un'unica entità, un'unica città, un modello da seguire.

A CESENA FIERA SECONDA EDIZIONE DI FATTORE R

IL FORUM DELL'ECONOMIA DELLA ROMAGNA CON IL PREMIO NOBEL ERIC MASKIN, LO STUDIO E&Y SULLA SOSTENIBILITÀ, DUE TAVOLE ROTONDE CON GLI IMPRENDITORI

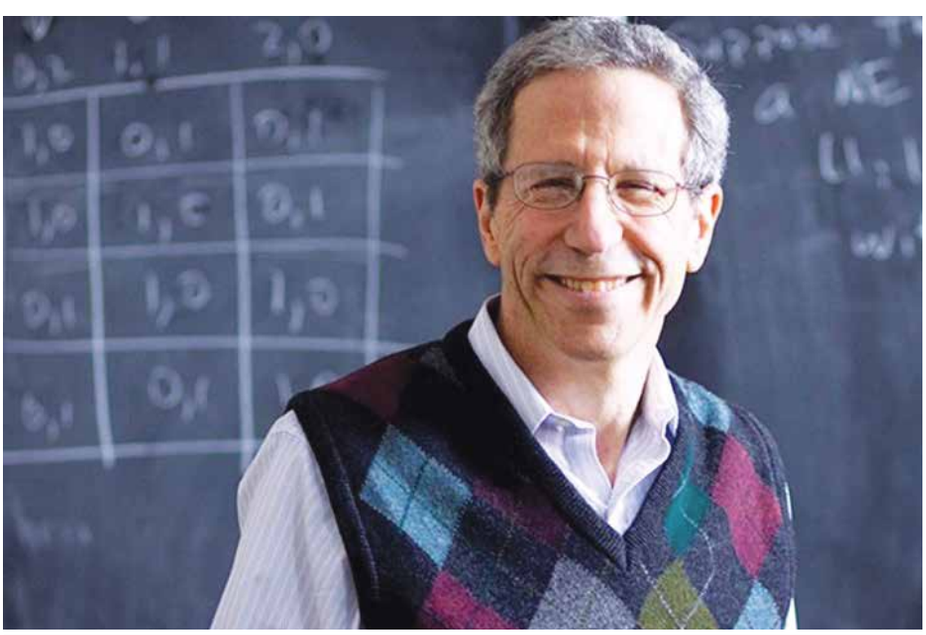
Imprese, istituzioni, associazioni insieme a Cesena Fiera nella seconda edizione di Fattore R, il Forum dell'economia della Romagna che ha posto l'accento sul tema della sostenibilità, declinata sul piano economico, finanziario e territoriale, ospitando un relatore di eccezione come il Premio Nobel per l'Economia 2007 Eric Maskin.
Durante il forum gli imprenditori hanno denunciato alcune criticità: trasporti e personale tecnico certificato. "Non crediate – ha detto il premio Nobel – che queste problematiche siano esclusive della Romagna: tanti altri luoghi nel mondo hanno avuto e vivono gli stessi problemi e li hanno risolti, ciascuno con proprie ricette. Mi dicono gli imprenditori romagnoli che bisogna migliorare la qualità dei trasporti: ebbene, potrei dirvi di come l'hanno risolto in Gran Bretagna. Qui alla fine della guerra le ferrovie erano statali, poi lo Stato ha tenuto la proprietà del sistema lasciando ai privati i treni. Certamente la situazione è migliorata con minore inquinamento e maggiore concorrenza, che si è trasformata in una maggiore qualità dei servizi. Una regione a vocazione turistica come questa dovrebbe tenere in considerazione questi aspetti".
"Gli imprenditori romagnoli lamentano la mancanza di personale tec-

Da destra: il direttore dell'Associazione Marco Chimenti e il presidente Paolo Maggioli con il governatore Stefano Bonaccini e gli altri protagonisti di Fattore R

nico preparato ed in particolare di ingegneri – ha proseguito Maskin – Ebbene, negli Stati Uniti nascono delle collaborazioni tra professori e studenti nelle start up con possibilità ai docenti di seguirle, oppure si offrono stage estivi agli studenti nelle imprese, in modo da prepararli al lavoro e stabilire dei rapporti che poi verranno a conclusione dopo la fine degli studi. In Cina lo stato finanzia proprie imprese che, attraverso il joint venture, collaborano con quelle straniere che intendono entrare nel mercato cinese. La Romagna dovrebbe anche investire in professori capaci, che vengano nel territorio a preparare i futuri tecnici e ingegneri e agire nelle scuole per offrire sempre più pacchetti scientifici".

"Si prospettano grandi sfide per il futuro – ha sostenuto il premio Nobel - e le imprese del territorio si devono sentire pronte, ma questo passa non solo dalle capacità imprenditoriali che non sembrano mancare e neanche dagli aspetti finanziari, bensì dalla possibilità di mettere in campo i cervelli adatti per questi scopi. Ecco perchè l'istruzione – ha proseguito - diventa determinate per favorire la crescita di studenti e laureati in grado di gestire il futuro. Bisogna investire in professori capaci e in università e scuole profondamente scientifiche e tecniche".

Su quest'onda ha concluso il presidente Stefano Bonaccini portando l'esempio che la regione Emilia – Romagna da decenni non arretra, anzi continua sempre più ad essere un



care all'esterno. Come mantenere competitivo e attrattivo il territorio Romagna" con Bruno Piraccini presidente di Orogel, Patrizia Leardini direttrice del Gruppo Costa Parchi, Fabrizio Togni Direttore generale BPER e Sara Cirone amministratore delegato di Stafer, e "Innovazione e competenze. Come attrarre talenti in Romagna per poter crescere" con Romina Urbinati general manager di Urbinati, Angelo Benedetti presidente e direttore generale Unitec Group, Alfredo Fioretti presidente CMC e Roberto Bozzi plant director di Vulcaflex.

Fattore R 2018 è organizzato da Cesena Fiera, EY e Confindustria Romagna, con il supporto della Camera di Commercio della Romagna.

A fianco: il premio Nober Eric Maskin

volano economico per la nazione ed in particolare le terre di Romagna che da una secolare miseria, nel dopoguerra hanno saputo riscattarsi e divenire un esempio come sono adesso. In base a tutti questi parametri è in corso la richiesta di "Autonomia" al governo in modo che sia l'amministrazione regionale a dirigere il rinnovamento.
Nel corso della giornata è stato uno studio condotto da EY (v. box) frutto di una sessantina di interviste ai principali attori delle imprese e delle istituzioni del territorio romagnolo.
Il Forum ha ospitato anche due tavole rotonde sui temi strategici per il territorio: Fare sistema e comuni-

Fattore R, l'indagine di EY: imprenditori positivi verso la possibilità di fare sistema all'interno del territorio

L'Osservatorio EY, elaborazione originale basata su un sistema di oltre 200 indicatori e sul confronto sia a livello nazionale sia a livello Europeo, si è focalizzata quest'anno sul tema della crescita sostenibile del "sistema Romagna", declinata sul piano economico-finanziario, sociale e ambientale.
Questo studio ha fornito approfondimenti sia sulle condizioni di base del territorio sia sui fattori dinamici che favoriscono lo sviluppo della regione.
In merito alle prime, dall'analisi emerge che il territorio romagnolo è tra le aree europee più performanti (indice complessivo 1,111 contro l'1,199 dell'area Lombardia/Milano), con un grande potenziale di crescita. Il valore aggiunto prodotto e distribuito è elevato (1,286 contro l'1,745 dell'area Lombardia/Milano), benché rispetto alle aree top a livello europeo il territorio romagnolo paghi la minor presenza di attività finanziarie internazionali.
In tema di educazione di base, la Romagna è in linea con gli standard europei (1,003 contro l'1,007 dell'area Lombardia/Milano), mentre risulta dotata di un'infrastruttura, fisica e virtuale, solida e di grande accessibilità (1,333 contro l'1,395 dell'area Lombardia/Milano). La performance del territorio romagnolo è positiva anche riguardo allo stato e all'attenzione all'ambiente e alle diversità ed è superiore rispetto a quella dell'area Lombardia/Milano (0,951 contro l'0,886), anche se su questi temi il nostro Paese sconta un gap culturale rispetto alle realtà del Nord Europa.
In relazione agli indicatori che mostrano la dinamicità del territorio, emerge che la Romagna ha opportunità di miglioramento (indice complessivo 0,961 contro l'1,116 dell'area Lombardia/Milano), che possono essere colte in modo più efficace in modalità "sistema". Inoltre, è una delle aree a maggior propulsione innovativa del Paese (1,124 contro l'1,165 dell'area Lombardia/Milano), particolarmente riguardo alle richieste brevettuali – tecnologia, design e marchi (indice 1,386). Buono il numero delle nuove iniziative imprenditoriali (indice 0,900 contro l'1,046 dell'area Lombardia/Milano), benché le start up romagnole non abbiano un elevato livello di iper-innovatività e di interazione con le imprese del territorio.
Infine, l'ecosistema di riferimento (università, private equity e venture capital, fondi di ricerca e sviluppo, incubatori e acceleratori d'impresa) della Romagna ha un buon grado di maturità, anche se non viene sfruttato in maniera sistematica e sembra mancare il disegno e la realizzazione di iniziative comuni e condivise.
Venendo all'indagine qualitativa condotta da EY sugli imprenditori romagnoli emerge che questi sono aperti alla possibilità di crescita del "sistema Romagna" (il 35% ha un atteggiamento positivo e il 29% addirittura molto positivo) e ne comprendono i potenziali benefici per lo sviluppo sostenibile dell'area. Le basi per sviluppare tale sistema esistono: gli imprenditori romagnoli ritengono che il proprio territorio abbia performance migliori delle altre aree europee e nazionali su due dei tre pilastri della sostenibilità economica, talento e imprenditorialità, e sia comunque ben posizionato riguardo al terzo (innovazione).
Il 55% degli intervistati percepisce una carenza di figure specializzate e più di uno su quattro ritiene che, per migliorare l'attrattività dei talenti, occorra puntare soprattutto su azioni di remunerazione, unitamente a una migliore capacità di comunicazione dei progetti e delle prospettive.
La maggior parte è, inoltre, soddisfatta del processo di innovazione nelle proprie imprese, ma ritiene migliorabile la collaborazione con le Università e le start-up. Il 30% si sta focalizzando sulla ricerca e sviluppo di nuovi prodotti e soluzioni, il 23% nell'innovazione dei processi e il 22% nell'adozione di tecnologie digitali.
In tema di sostenibilità finanziaria, il 76% degli imprenditori romagnoli ritiene di avere a disposizione strumenti adeguati per sviluppare e realizzare i propri investimenti e, in particolare, il 64% è soddisfatto delle possibilità di accesso al credito.
Positivo il giudizio degli imprenditori anche sulla sostenibilità ambientale del territorio, anche se permangono alcune aree di miglioramento.

La Romagna è **un territorio di punta, vivace**. Deve trovare una posizione rispetto alla nuova competizione.

Ci troviamo di fronte a **dimensioni comparabili ad una grande città europea**, ma non ad una metropoli/capitale.

Questa posizione deve basarsi su una vocazione ("il distretto della felicità"), deve essere condivisa e agita a livello di Sistema, deve essere comunicata.

TURISMO, IN ARCHIVIO UNA STAGIONE RECORD

SULLA PERFOMANCE POSITIVA STA FACENDO LA SUA PARTE LA RINNOVATA STRATEGIA TURISTICA, CALIBRATA SUI RAPIDI QUANTO SIGNIFICATIVI CAMBIAMENTI CHE SI STANNO VERIFICANDO SUL MERCATO.

Pare non arrestarsi la crescita dell'industria turistica dell'Emilia-Romagna. Dopo un 2017 da record con quasi 57 milioni di presenze (+6,3% rispetto al già positivo 2016) e oltre 12,8 milioni di arrivi (+7,1%) nelle strutture ricettive alberghiere ed extralberghiere dell'intero territorio regionale, è buono il bilancio provvisorio anche per il 2018. Più che di un'opinione si tratta di dati: l'Osservatorio Turistico* attesta, infatti, una soddisfacente crescita nel primo semestre del 2018 con oltre 19 milioni di presenze, che si traducono in un +6,9% rispetto ai 18 milioni rilevati nello stesso periodo del 2017, e 5,8 milioni di arrivi che rappresentano concretamente un +8% sui circa 5,4 milioni della prima metà dell'anno precedente.

Una partita tutt'altro che facile quella di quest'anno, che il sistema sta giocando più che egregiamente nonostante la complicità delle straordinarie condizioni meteo del 2017, anno in cui in tutto il mondo la preoccupante situazione geo-politica internazionale ha peraltro creato forti condizionamenti nella scelta della meta di vacanza.

Senza dubbio, d'altro canto, quest'anno sulla perfomance positiva sta facendo la sua parte la rinnovata strategia turistica, calibrata sui rapidi quanto significativi cambiamenti che si stanno verificando sul mercato.

Nuovi percorsi culturali e accattivanti itinerari enogastronomici costellano di appuntamenti il calendario autunnale degli eventi

Il primo passo verso il cambiamento è stato convertire i prodotti in esperienze e un maggiore coinvolgimento dell'impresa privata nella riqualificazione dell'offerta. Altrettanto funzionale al mantenimento del trend positivo risulta l'identificazione di nicchie verticali su cui si sta lavorando, con il supporto di APT Servizi, in termini di marketing e promozione. Penso, ad esempio, al turismo attivo che, in sole quattro settimane tra fine agosto e fine settembre, ha portato 368 mila presenze turistiche grazie ai grandi appuntamenti sportivi ospitati in regione, come la MotoGP e il Campionato automobilistico DTM a Misano, l'Italian Bike Festival a Rimini e l'IRONMAN a Cervia.

Parallelamente, sono stati identificati nuovi segmenti capaci di arricchire l'offerta regionale, che si propone, via via, più varia e composita.

Un buon esempio sono il turismo slow e la vacanza outdoor, sviluppate attraverso la valorizzazione dei borghi e dei cammini, che stanno portando nuova linfa all'entroterra, come anche attraverso la filiera del wellness. Basti un dato per tutti: solo l'Appennino bolognese nei primi sei mesi dell'anno ha registrato ben 30 mila turisti (+9,8% dall'Italia / +7,8% dall'estero). Inversione di tendenza infine per le Città d'Arte che ormai attraggono turismo dodici mesi all'anno contribuendo attivamente alla crescita di occupazione e PIL regionale, su cui il comparto è arrivato a pesare il 12% sul totale.

Ora, con l'ultimo trimestre alle porte, la regione Emilia-Romagna, che quest'anno ha conquistato il primo posto della graduatoria delle dieci migliori destinazioni europee fregiandosi del titolo di "Best in Europe 2018" secondo l'accreditata guida turistica Lonely Planet, è ancora pronta a dare ulteriori motivi di viaggio ai turisti. Nuovi percorsi culturali e accattivanti itinerari enogastronomici costellano di appuntamenti il calendario autunnale degli eventi: dall'inaugurazione del Teatro Galli a Rimini, alle grandi mostre in avvio a Bologna, Ferrara e Forlì, ai numerosi eventi in programma pronti a celebrare i prodotti tipici locali della nostra Food Valley. Tematiche, quest'ultime quante le precedenti, di grande appeal non solo a livello nazionale, ma attraenti anche in termini internazionali. Non è un caso, peraltro, se la quota estera sta registrando un importante costante crescita in quest'ultimi triennio. Decisiva, per l'incremento in atto, l'attenzione rivolta sia a nuovi mercati che a mercati emergenti, come Cina

L'Emilia-Romagna è una terra autentica e sincera, una perfetta sintesi di quell'italian lifestyle capace di sedurre il mondo intero

e Brasile ad esempio, ma anche Est Europa.
L'Emilia-Romagna è una terra autentica e sincera, una perfetta sintesi di quell'italian lifestyle capace di sedurre il mondo intero. Non dimentichiamolo.

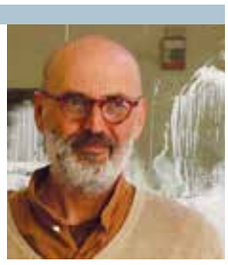
Andrea Corsini
Assessore al Turismo e Commercio
Regione Emilia-Romagna

* elaborazione su dati ISTAT che tiene conto anche della sharing economy, dei dati di Autostrade (ingressi caselli), di quelli aeroportuali, dei consumi di acqua ed energia, produzione di rifiuti solidi e consumi alimentari delle singole località, nonché delle informazioni provenienti da un panel di operatori turistici ampiamente rappresentativi dell'offerta alberghiera ed extralberghiera del territorio.

17

RIMINI, UNA VISIONE D'AVANGUARDIA

I PROCESSI DI RIQUALIFICAZIONE IN CORSO TROVANO RELAZIONE E CORRISPONDENZA IN UN SOFTWARE CULTURALE, A PARTIRE DALLA BIENNALE DEL DISEGNO



Rimini ha cercato e guadagnato posizioni d'avanguardia forse lungo tutta la sua storia millenaria. È stata caput viarum durante l'impero romano; agli inizi del XIV secolo, dopo un fondamentale soggiorno di Giotto, la città ha visto nascere una vasta scuola di artisti che si è trasformata in una inedita industria pittorica, operante per più di un secolo lungo tutto l'asse e le sponde dell'Adriatico. A Rimini, verso la metà del Quattrocento, Sigismondo Malatesta, ha chiamato a corte eccellenze artistiche, come Leon Battista Alberti, Filippo Brunelleschi, Pisanello, Piero della Francesca, Matteo de Pasti, Agostino di Duccio e altri, che hanno gettato le premesse di un nuovo Umanesimo e insieme i primi passi del Rinascimento artistico italiano. Il Seicento pittorico riminese, con Guido Cagnacci e con Centino, ha avuto la forza di elevare una fucina creativa periferica a livello di "piccola Siviglia nostrana", come la definì Francesco Arcangeli. Durante l'Ottocento è stata una grande intuizione imprenditoriale a porre Rimini a capitale del turismo balneare e per tutto il secolo scorso la città ha saputo rinnovare costantemente questa postazione di preminenza in un settore che ha finito per fissare, nell'immaginario collettivo, l'idea di una Rimini Pop, icona di un particolare modo di vivere e di aprirsi alle relazioni umane.

Quasi un destino segnato dunque quello di una Rimini che da ogni presente ha saputo trarre linfa e carattere per il proprio futuro. In questi anni la città ha investito buona parte dei suoi talenti sul tema della cultura e delle arti. Si sono aperti cantieri che, da occasioni di restauro, hanno puntato alla lungimiranza. La ristrutturazione del cinema Fulgor, la ricostruzione dell'ottocentesco Teatro Galli e la messa a bando del Museo Fellini, destinato a insediarsi nel quattrocentesco Castel Sismondo, sono i principali esempi di questo progetto. Ma assieme alla ridefinizione di questi storici luoghi, negli ultimi anni si è messa in essere una sistematica attività culturale nel Museo della Città, nella sua vastissima Ala Nuova e nella programmazione della FAR (Fabbrica Arte Rimini) la prima e vera Galleria di Arte Moderna e Contemporanea di cui la città si è dotata. Sette anni di intensa ed elevata attività, che hanno visto allestire ampie mostre di Nino Migliori e Mattia Moreni, di Serse, Lorenzo Mattotti, Nicola Samorì, Simone Pellegrini e tanti altri. La FAR è anche stata epicentro del più ambizioso progetto cittadino, quello della Biennale Disegno Rimini, la più rilevante rassegna internazionale legata ad un settore cardine e originario di ogni espressione artistica.

Ora, proprio nei medesimi palazzi del Podestà e dell'Arengo, si apre una nuova importante e visionaria scommessa. Una scommessa che non si limita a fare di una collezione di arte contemporanea un museo, ma ambisce a rovesciare lo sguardo, tentando di trasformare lo stesso museo in un atto contemporaneo. Attraverso il legato di una collezione dedicata e intitolata alla comunità di San Patrignano la città cercherà un nuovo patto col proprio presente. In ogni tempo l'arte ha saputo fornire le parole e i simboli, le metafore e le profezie per leggere e interpretare le epoche.

È un periodo in cui l'arte sembra aver smarrito i contatti diretti col proprio pubblico, dopo i tanti secoli in cui aveva svolto un ruolo dialettico, di risposta a delle domande, eppure anche oggi, le ricerche artistiche più profonde forniscono inedite riflessioni filosofiche al tempo che stiamo vivendo. Cessata la tradizionale funzione teologica che ne permetteva la collocazione negli altari, l'arte non ha ancora perso la sacralità del pensiero, quel che manca, talvolta è l'edificio adatto, quell'architettura di senso che solo alcuni luoghi appropriati riescono a restituire. Crediamo fermamente che Rimini abbia, assieme alla potenzialità degli edifici storici, anche lo spirito

contemporaneo per interpretare questa sfida.
Non a caso quella del 2018 è stata l'edizione di svolta della biennale che, dopo i primi due allestimenti, si è presentata 'nuda'. Nuda come è, per definizione, il disegno prima che venga 'vestito' dei colori; nuda come le architetture presentate in alcune delle mostre, scheletri che attendono gli uomini per addensarsi di sangue, carne, vita; nuda come le silohuette femminili di Vanessa Beecroft; nuda come l'erotismo caricaturale e infantile di Fellini e barocco come quello di Picasso.
Questa è stata la 'scandalosa Biennale' di quest'anno. Ha il coraggio di presentarsi nuda perché il nudo è l'atto più rivoluzionario che possa essere concepito in una società come quella attuale. E nudo è lo stato di Rimini: il coraggio di togliersi i vestiti e i luoghi comuni per reinventarsi diverso ma questa volta profondamente se stessa.

Massimo Pulini
Assessore alle Arti
Comune di Rimini

La visita del Consiglio generale al Teatro Galli

RICERCARE LA "QUADRATURA DEL CERCHIO": VERSO UN MODELLO DI BUSINESS SOSTENIBILE

Cerchiamo la "quadratura del cerchio" quando ci riferiamo alla soluzione perfetta a un dato problema, pur sapendo che questa non esiste. Forse qualcuno ricorda che il celebre problema che diede origine alla locuzione, e sul quale si concentrarono tanti matematici fin dall'antichità, consisteva nel costruire, servendosi solo di riga e compasso, un quadrato di area equivalente a quella di un cerchio dato. Cosa che fu dimostrata impossibile solo nel 1882.

Il problema che il mondo sta affrontando oggi, nell'era definita come "Antropocene" data la forte influenza dell'attività dell'uomo sulla natura, è come garantire la sostenibilità economica, ambientale e sociale del pianeta "senza che nessuno resti indietro" (no one is left behind). Impegno, quest'ultimo, riportato in testa all'Agenda ONU 2030 per lo sviluppo sostenibile (2015) proprio a sottolinearne l'importanza.

Per capire se realmente il "problema" ha una o più soluzioni – se insomma il cerchio si può in qualche modo quadrare – vale la pena richiamare la genesi della riflessione sulle questioni ambientali e sulla loro connessione con gli squilibri economici e sociali a partire dalla prima definizione di sviluppo sostenibile più di trent'anni fa ad opera del rapporto Our Common Future (1987). Dove si affermava la necessità di promuovere "uno sviluppo che soddisfi i bisogni del presente senza compromettere la possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri". Da allora, e progressivamente, lo sviluppo sostenibile è entrato tanto nelle conferenze internazionali quanto nel lessico comune. Oggi sono tanti ad avere un'idea, più o meno precisa, di cosa significhi il termine sostenibilità e questa è già una conquista, perché la conoscenza è il motore di ogni cambiamento.

C'è tuttavia un punto ancora debole e cioè l'applicazione concreta di misure politiche per realizzare gli obiettivi della sostenibilità economica, sociale ed ambientale. Tra il dire e il fare ovvero tra la nostra generazione e quella dei nostri figli, per riprendere appunto la definizione originaria di sviluppo sostenibile, c'è ancora un mare da attraversare. Un mare pieno di insidie e minacce: cambiamento climatico, inquinamento, povertà, fame, malattie, guerre ... Conviene allora delimitare alcuni paletti attorno al cerchio. Servono a capire come procedere concretamente. Vediamone alcuni.

Per garantire un futuro ai nostri figli, le nostre azioni economiche e sociali devono rimanere entro i limiti posti dall'ecosistema terra. Serve un cambio di prospettiva radicale, che vorrei spiegare con un'immagine: quella delle due case. Ognuno di noi ha due abitazioni: una grande, il mondo, e una assai più piccola, le quattro mura dove risiede. Queste case rappresentano anche l'ecologia e l'economia. La radice, eco (oikos in greco vuol dire casa), è la stessa. Quella più grande, l'eco-logia, è la casa delle risorse naturali: il suolo, l'acqua, l'energia, l'aria, i minerali. Quella più piccola, l'eco-nomia, accoglie e cura le persone. La seconda casa sta, fisicamente, dentro la prima. E non viceversa. L'economia, perciò, è un aggettivo, non il sostantivo.

Ecco il rovesciamento di prospettiva del quale abbiamo bisogno per promuovere concretamente la sostenibilità dello sviluppo: dobbiamo fondare la nostra visione e le nostre azioni, collettive e personali, su un'ecologia economica e non viceversa. In questo approccio il concetto di limite non è una rinuncia a

Tra il dire e il fare ovvero tra la nostra generazione e quella dei nostri figli, per riprendere appunto la definizione originaria di sviluppo sostenibile, c'è ancora un mare da attraversare

migliorare le condizioni umane, bensì uno stimolo all'efficienza nell'utilizzo delle risorse. Una visione-azione che si sposa perfettamente con quello sviluppo sostenibile descritto 31 anni fa dall'Onu e che rappresenta un'inversione a "U" non procrastinabile nel percorso della nostra specie.

Le scelte politiche quindi vanno fatte adesso, anche perché gli strumenti a disposizione ci sono, sia a livello globale che europeo e nazionale. La stessa Agenda 2030, innanzitutto: adottata dall'Assemblea generale delle Nazioni Unite il 25 settembre 2015, il documento ratifica l'impegno verso la sostenibilità da raggiungere attraverso 17 obiettivi (SDG) e 169 target entro il 2030. La testimonianza scritta – finalmente – di una visione integrata delle diverse dimensioni dello sviluppo (economica, sociale e ambientale), con quel motto - "che nessuno resti indietro" – dà la misura dell'azione: tutti assieme. Ed è la stessa Agenda che richiede urgenza: 22 target scadono nel 2020, quindi non è più pensabile procedere con un modello business as usual. E ciò vale, naturalmente, anche per le imprese dove il modello di business deve cambiare adattandosi ai principi della sostenibilità non solo economica ma anche ambientale e sociale.

Gli Obiettivi SDG sono stati condivisi anche dall'Unione Europea: tutti e 17 i punti di sviluppo sostenibile, infatti, vengono affrontati da azioni a livello europeo e poi nazionale (in Italia abbiamo un'articolata Strategia nazionale per lo sviluppo sostenibile). L'Europa ha fatto molta strada, soprattutto nella legislazione ambientale: 550 tra direttive, regolamenti e decisioni danno vita a uno dei più completi standard del mondo. Eppure il Vecchio Continente ha davanti a sé sfide importanti, basti pensare che ogni anno più di 400 mila persone muoiono prematuramente per le conseguenze dell'inquinamento atmosferico.

Ma proprio citando l'Europa, una chiave di lettura importante per puntare a passi decisi verso lo sviluppo sostenibile è l'applicazione dell'economia circolare (e del relativo Pacchetto Europeo), l'antitesi dell'attuale modello lineare di produzione e consumo basato sull'impiego di materie prime per la realizzazione di beni che dopo l'utilizzo diventano rifiuto. Il modello circolare, in cui i prodotti possono essere riparati, riusati e riciclati per ridurre il ricorso a nuove risorse, è ispirato al funzionamento della natura. Per capirci, non occorreva andare tanto lontano o inventarsi qualcosa di nuovo, bastava prendere ispirazione dal funzionamento della casa più grande alla quale accennavo prima: la Natura.

In letteratura, l'economia circolare si basa su cinque pilastri: input sostenibili, estensione della vita utile del prodotto, sharing, product as a service e valorizzazione del fine vita dei prodotti. L'applicazione di questi fondamenti può avere un ruolo importante nel raggiungere gli obiettivi fissati dall'Accordo di Parigi sul cambiamento climatico.

Inoltre, il pacchetto per l'economia circolare della Commissione Europea ha davvero il potenziale per creare nuovi posti di lavoro e modelli sostenibili di produzione e consumo. Secondo le stime del Parlamento Europeo l'economia circolare può portare alla creazione di 867 mila posti di lavoro ex novo, dei quali 190 mila solo in Italia entro il 2030. Un'opportunità di modernizzazione, insomma, e contemporaneamente un equipaggiamento per il futuro. Un nuovo modello di business che anche le imprese stando cogliendo come una grande opportunità a dimostrazione che si può coniugare positivamente crescita economica, tutela ambientale, inclusione sociale. Si potrebbe anzi dire che la sostenibilità aiuta il business: crea valore per il territorio e la società.

Il cerchio, perché di cerchio si tratta, comincia a quadrare. Anche per le imprese.

Andrea Segrè
Professore di politica agraria internazionale e comparata all'Università di Bologna e di economia circolare all'Università di Trento

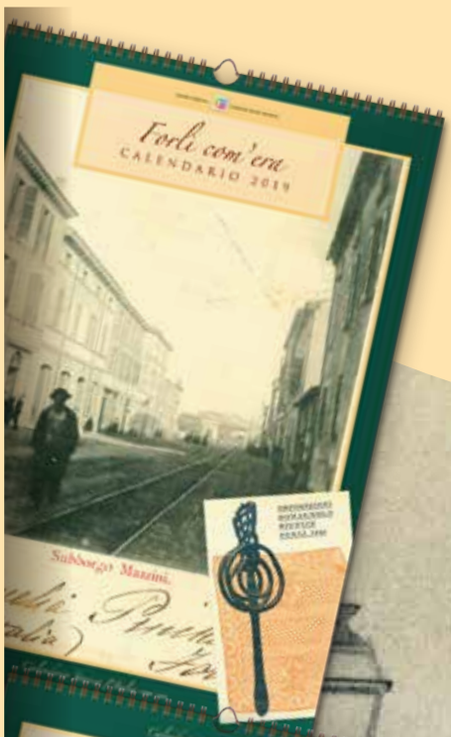
Calendario Storico

Cesena com'era Forlì

Ravenna com'era Fa

Rimini

Rom



20

I CALENDARI PIÙ BEL

Archivio Italiano Cartoline Postali Storiche

ico l'Italia com'era

com'era Imola com'era

Faenza e Lugo com'era

i com'era

agna

019

ELLI DELLA TUA CITTÀ

Una collana di 38 eleganti calendari, con pregevoli foto d'epoca.
Un raffinato viaggio nella storia e nel tempo.
Un piccolo, ma prezioso regalo, per te e per chi vuoi.

Edizioni di pregio, a tiratura unica limitata da collezione

www.calendariostorico.it

Calendario Storico l'Italia com'era / collana 2019
Ancona | Ascoli Piceno | Bari | Bologna | Cesena | Chieti | Faenza / Lugo | Fermo | Ferrara | Firenze | Forlì | Genova | Imola | L'Aquila | Macerata | Milano | Modena | Napoli | Padova | Parma | Perugia | Pesaro | Pescara | Piacenza | Prato | Ravenna | Reggio Emilia | Rimini | Roma | Rovigo | San Marino | Teramo | Terni | Torino | Treviso | Venezia | Verona | Vicenza |

in esclusiva nelle edicole della tua Città

€ 10,00

LA CONCRETEZZA DEL PENSARE INCONTRA QUELLA DEL PRODURRE

Questa edizione del concorso "Giudarello giovani" continua sul sentiero degli anni precedenti offrendo ai ragazzi una possibilità di conoscere meglio le imprese del territorio, la loro storia, le prospettive, il significato e le caratteristiche di sostenibilità; reciprocamente consente alle imprese di conoscere i ragazzi e il lavoro scientifico e didattico dei docenti delle nostre scuole. C'è ormai un percorso di ben 12 anni e ciò dimostra come tale proposta sia diventata una costante per le scuole e per le imprese. Il dialogo continuo, efficace, costruttivo tra mondo dell'istruzione e quello aziendale permette di capire meglio i nuclei tecnico-scientifici dell'evoluzione produttiva, di corrispondere al presente e soprattutto di anticipare da basi solide i cambiamenti, di puntare allo sviluppo, alla ricerca, alla innovazione.

Un avvio al "giornalismo di ricerca"

E' un'iniziativa che rappresenta pure una buona occasione per sperimentare l'attività giornalistica, comprese le nuove possibilità offerte dalla tecnologia Non a caso rientra nel progetto più ampio sul giornalismo d'autore. Questa proposta è un punto di vista utile anche per l'impresa che si sente rappresentata dal mondo giovanile. E' una prova in un concorso con premi. I ragazzi si cimentano in un compito di realtà che è il prodotto atteso per realizzare il quale gli studenti chiamano in causa –come nel miglior modello olocratico- conoscenze, competenze, abilità, spirito critico, creativo, capacità collaborativa. C'è un esercizio contestualizzato, situato; l'esercizio richiede l'apporto di più studenti; il compito ha un esito, uno scopo manifesto e valutato. In qualche modo, anche questa esperienza permette ai ragazzi di introdursi nella vita pubblica della città, di conoscerla e comprenderla, di sentirsi parte attiva.

Evoluzioni e mutazioni della scienza e della tecnologia

Sfide sempre più profonde attendono i giovani con l'ulteriore sviluppo della digitalizzazione, dell'automazione e di quella direzione di lavoro che veniamo designando come intelligenza artificiale e che avrà certamente un grande sviluppo con i calcolatori quantistici basati questi ultimi su teorie degli anni venti del secolo scorso (Plank, Bohr, Heisenberg) ma che non hanno ancora avuto adeguati sviluppi tecnologici. I nostri insegnanti di materie scientifiche le conoscono bene e il loro insegnamento sarà prezioso quando il sistema produttivo potrà giovarsi di tecnologie adeguate. In questo periodo molto forte è anche il focus sull'analisi dei dati, campo in cui una vera e propria Intelligenza artificiale potrà portare decisivi contributi.
Non è agevole prevedere quali saranno nei dettagli le direzioni verso cui il sistema produttivo andrà; sicura è comunque la necessità che i giovani siano dotati di solida identità, capacità relazionale e di strumenti avanzati di conoscenza per muoversi in ambienti sempre più imprevedibili. Penso all'evoluzione fortissima della tecnologia e al fatto che il processo di automazione del lavoro nel secolo scorso riguardava le operazioni materiali adesso l'automazione riguarda e riguarderà anche processi di tipo superiore; la macchina svolge una parte sempre più importante di operazioni "intellettuali" e può esser fatta intervenire anche in alcuni tipi di processo decisionale molto importanti (es. interventi militari e sul mercato dei capitali). Ciò cosa comporta? Quali implicazioni per la Scuola? Comporta, a mio avviso, che l'essere umano dovrà cercare di essere dotato di livello intellettuale superiore a quello che le macchine possono svolgere autonomamente e soprattutto di una solida coscienza etica.

Il costante valore/persona

La risorsa principale rimane comunque la persona, nella sua singolarità e socialità. Nelle scuole stanno crescendo molti giovani di valore, con la loro intelligenza cognitiva, emotiva, relazionale, dinamica, creativa, plastica capace di lavorare su universi concettuali sempre più sofisticati. Per questo è importante che il sistema produttivo operi a sua volta ad alto livello, sappia assorbirli e trattenerli i giovani dall' andare all'estero e magari rimanendovi regalando a sistemi concorrenti le risorse spese dalle famiglie e dallo Stato e mortificando il potenziale di crescita. Ovviamente qui il riferimento non è a periodi, magari anche prolungati di formazione e di attività lavorativa fuori Italia; il respiro internazionale è senz'altro positivo. Da tempo le scuole attivano scambi di questo tipo. L'impoverimento di intelligenze avviene quando i numeri sono considerevoli e l'emigrazione non è esito di scelta. Si tratta di un "esodo" qualificato e unidirezionale.
Noi comunque cerchiamo di fare la nostra parte prospettando ai giovani un futuro desiderabile e lavorando per renderlo concretamente possibile. L'iniziativa della vostra importante organizzazione rappresenta anche una buona modalità di orientamento perchè viene visto da vicino il mondo dell'impresa; c'è esperienza diretta da cui nasce il reportage, un resoconto, un racconto reso con una pluralità di strumenti, sia discorsivi che di tipo tecnologico. Ed è apprezzabile che siano mantenute le due modalità.

Reciproci vantaggi delle scuole e delle aziende

Funzione della scuola è quella di formare persone istruite, educate, attive, competenti, responsabili, autonome affinchè possano costruire percorsi di vita e di lavoro, anche auto-imprenditivi, fondati su atteggiamenti pro-attivi, agili. Persone che sappiano inventare, gestire ed innovare i processi. Investire nella formazione continua è condizione per cercare di orientare il cambiamento. Venire a contatto con il lavoro di alta qualità fin dai tempi della scuola può essere utile purchè guidati sapientemente dagli adulti. E' l'idea di fondo dell'alternanza: uno scambio di stili relazionali, conoscenze e di competenze tra i soggetti della scuola e quelli del mondo aziendale, tra le organizzazioni come la nostra in cui il "prodotto" viene valorizzato in una scala temporale non sempre immediata e quelle che necessariamente tengono a rapidi ritorni di mercato.
Andare in azienda, avere la possibilità di dialogare con imprenditori e operatori, porsi e porre domande, rielaborare l'esperienza e comunicarla significa che il luogo di lavoro è anche luogo di apprendimento. Il premio "Guidarello" può contribuire da un lato ad aiutare i giovani a valorizzare i propri interessi e talenti, ad accrescere motivazioni, a conoscere le opportunità occupazionali del territorio, a orientarsi e portare gli insegnanti a conoscere le evoluzioni tecnico-scientifiche che approdano al mondo della produzione; dall'altro comunicare alle aziende più disponibili all'ascolto i risultati e le tendenze della ricerca scientifica, insieme alla freschezza e all'inventiva degli studenti e al sapere e alla sapienza dei docenti.
Emergerà senz'altro, come è avvenuto in questi anni, una proficua esperienza.

Agostina Melucci
dirigente Ufficio X-Ambito territoriale di Ravenna-Ufficio Scolastico Regionale per l'Emilia-Romagna

Da sinistra: Agostina Melucci, Tomaso Tarozzi (vicepresidente Confindustria Romagna) e Barbara Naldini (Camera di Commercio di Ravenna)

Formazione professionale per sviluppare competitività

Assoform Romagna & Il Sestante Romagna

ASSOFORM ROMAGNA & IL SESTANTE ROMAGNA

Formazione professionale per sviluppare competitività

CHI SIAMO

Il 1° Ottobre 2016 nasce Confindustria Romagna, fusione delle associazioni industriali territoriali di Ravenna e Rimini, in rappresentanza di circa 800 imprese. Le società di servizi per la formazione di Confindustria Romagna diventano:

- ASSOFORM ROMAGNA
- IL SESTANTE ROMAGNA

LA MISSION

Scopo delle Società di Formazione è il sostegno all'attività delle imprese attraverso la crescita e la valorizzazione delle risorse umane.

Tale attività si realizza tramite l'organizzazione e la gestione di iniziative di analisi, ricerca, consulenza e formazione rivolte sia a occupati e imprenditori, sia a disoccupati per rispondere alla crescente richiesta di personale qualificato e specializzato.

I NOSTRI SERVIZI

Assoform Romagna ed Il Sestante Romagna assicurano l'intervento formativo di esperti altamente qualificati e l'utilizzo delle più innovative metodologie didattiche. Gli interventi di formazione e consulenza vengono erogati in modalità interaziendale, nelle proprie aule attrezzate o direttamente presso la sede dell'azienda cliente.

• Romagna Executive Education • Corsi a mercato • Corsi sulla sicurezza • Formazione aziendale • Formazione finanziata per disoccupati (ITS, IFTS, Formazione Superiore) • Finanziamenti per consulenza e formazione • Ricerca e selezione del personale • Formazione On-Line • Collaborazione con le scuole • Servizio Gestione Risorse Umane

Assoform Romagna sedi operative:
Rimini, Piazza Cavour, 4 - Rimini, Via IV Novembre, 37 - Cesena, Via Ravennate, 959

Il Sestante Romagna sede operative: Ravenna, via Barbiani, 8/10
Riferimento Enrico Tedaldi Tel. 0541 352700 etedaldi@assoformromagna.it

NUOVE PROFESSIONALITA' CON IL MASTER IN TRASPORTO MARITTIMO, PORTUALITA' E LOGISTICA

Lo sviluppo della portualità italiana e delle imprese ad essa legate, in particolare di quella ravennate oggi interessata dall'importante progetto di Hub Porto Ravenna, comporterà nuove prospettive di crescita e mutate esigenze di mercato, che il nostro Paese dovrà essere in grado di affrontare puntando anche sulla valorizzazione della formazione e della qualificazione professionale.
A tale intento risponde la nuova offerta formativa proposta dall'Università di Bologna (sede di Ravenna), con il sostegno di Fondazione Flaminia ed in collaborazione con il Comune di Ravenna e l'Autorità di sistema portuale del mare adriatico centro settentrionale.
Il Dipartimento di Scienze giuridiche (sede di Ravenna) dell'Università di Bologna ha attivato, a partire da questo anno accademico 2018-19, il nuovo indirizzo Trasporti, logistica e sistemi portuali del Corso di laurea triennale in Giurista d'impresa e delle amministrazioni pubbliche (GIPA) e il Master (I livello) in Diritto marittimo, portuale e della logistica.
Nel complesso si tratta di un progetto formativo di studi giuridici completo, perché comprensivo del percorso sia universitario, sia post-universitario, che rappresenta attualmente un unicum nel panorama universitario italiano e che intende soddisfare la richiesta emergente di professionalità nuove e più qualificate in un mercato globale in progressiva evoluzione e qualificare la città di Ravenna come centro di eccellenza nella formazione, nello studio e nella ricerca in materia di trasporto marittimo, portualità e logistica.
Il nuovo indirizzo del GIPA in Trasporti, logistica e sistemi portuali, che sta già riscuotendo notevole successo sotto il profilo delle iscrizioni, intende offrire una preparazione giuridica focalizzata a creare un giurista destinato ad operare nel settore privato come nel settore pubblico nell'ambito portuale, dei trasporti e della logistica, attraverso un'offerta formativa variegata con insegnamenti specifici di approfondimento, quali: diritto marittimo e portuale, diritto delle infrastrutture e dei trasporti, diritto delle assicurazioni marittime, diritto dei contratti del trasporto e della logistica, diritto del lavoro marittimo e portuale, di-

UN PERCORSO FORMATIVO UNICO NEL PANORAMA UNIVERSITARIO ITALIANO E UN'OPPORTUNITÀ PER RAVENNA PER DIVENTARE UN CENTRO DI ECCELLENZA

ritto penale della navigazione e dei trasporti, diritto internazionale del mare, diritto doganale.
Il nuovo indirizzo, che ha ottenuto l'accreditamento dell'Agenzia delle Dogane e dei Monopoli ai fini dell'acquisizione dello status di Operatore Economico Autorizzato (AEO), vuole soddisfare le esigenze di un territorio per tradizione e per conformazione geografica naturalmente propenso e dedicato ad affrontare tematiche legate al mare, alla portualità ed al settore dei trasporti e della logistica.
Accanto al corso triennale, è attivato il Master universitario (I livello) in Diritto marittimo, portuale e della logistica, che ha il patrocinio di Assoporti e che avrà inizio a gennaio 2019. Il Master persegue l'obiettivo di formare figure professionali specializzate ad operare in settori oggi strategici per la competitività delle imprese e per lo sviluppo economico del territorio locale e nazionale.
Tale percorso post-lauream della durata di un anno e rivolto a laureati, funzionari, professionisti e manager che intendano approfondire le proprie conoscenze od acquisire nuove professionalità, comporta, al suo termine, il conseguimento complessivo di 60 crediti formativi e, congiuntamente, il rilascio del Diploma di Master universitario in Diritto marittimo, portuale e della logistica.
Il Master si caratterizza per una forte strutturazione didattica centrata sull'approfondimento degli istituti giuridici di riferimento e sul confronto delle varie esperienze di settore, attraverso lo studio di casi concreti e lo svolgimento di seminari.
Il piano didattico, organizzato in 10 moduli di insegnamento per un totale complessivo di 200 ore di didattica frontale, è caratterizzato dunque da un approccio in cui le conoscenze teoriche si affiancano a case study, testimonianze, visite guidate, con un corretto bilanciamento fra teoria e pratica.
Il programma sarà completato da un periodo di stage da svolgersi presso enti o aziende del settore per un totale di 500 ore di tirocinio oppure, in alternativa, la realizzazione di project works personalizzati anche in collaborazione con enti e società operanti nei settori di riferimento.
Il Master si rivolge ad un laureato non solo in giurisprudenza, ma anche in altre e diverse discipline nella consapevolezza che lo studio e la conoscenza di materie differenti dalla giurisprudenza non possano comunque oggi prescindere dall'apprendimento delle regole giuridiche: il professionista deve conoscere il diritto per poter utilizzare gli strumenti economici o tecnici che siano, adeguandosi al diritto stesso. La competitività del professionista di oggi si gioca dunque sul possesso delle conoscenze e abilità trasversali ovvero capacità di integrare conoscenze interdisciplinari.
Il Master intende non solo completare e specializzare la formazione del giurista, ma integrare la formazione e le conoscenze non giuridiche del professionista del domani.

Greta Tellarini
Professore associato
di diritto della navigazione
Direttore del Master in Diritto
marittimo, portuale e della logistica

VEDERE DA VICINO PER GUARDARE LONTANO

L'IMPORTANZA DEL GAL VALLI MARECCHIA E CONCA

"Un approccio corale e armonico per lo sviluppo integrato del territorio" in questo sta il principio ed il destino del Gal Valli Marecchia e Conca.
Brand e marketing territoriale, bandi e finanziamenti, così è iniziata e continua l'azione a supporto dello sviluppo dell'entroterra riminese.
L' attitudine a far dialogare i soggetti coinvolti ha fornito risultati che costituiscono un segno di forza del territorio rurale e un prototipo da utilizzare per pensare e fare "insieme"
Il Gruppo di Azione Locale con i bandi e i finanziamenti contribuisce in maniera sostanziale e significativa al rinnovamento strutturale dei settori più rappresentativi del territorio a partire dall'agricoltura e dall'agroindustriale. arrivando all' extralberghiero, declinato in quelle strutture ricettive presenti nel territorio o di nuovo insediamento che rispondono al nuovo concetto dello "star bene", del comfort food, radicato nella tradizione dell'accoglienza delle nostre genti.

IL BRAND

Con lo slogan "Siamo alla ricerca di storie" 'è stata intrapresa una grande azione di coinvolgimento del territorio, forse per la prima volta, attraverso un percorso partecipato al quale hanno preso parte oltre 100 cittadini, ne è scaturita la definizione dei caratteri identitari del territorio.
Risultato, senza alcun dubbio,propedeutico all'Alto Compito o Mission del Gal Valli Marecchia e Conca : costruire un nuovo brand per la promozione delle due valli, un segno grafico non calato
dall'alto, ma che sia riconoscibile e connesso al territorio e alla sua storia.

I BANDI

Fino ad ora, il Gal Valli Marecchia e Conca ha finanziato le imprese dei 18 Comuni nei settori agricoltura, agriturismo e agroindustriale.
Da poco si è chiuso il bando "Creazione e sviluppo strutture ricettive extralberghiere e all'aria aperta" sul quale sono state presentate

12 domande di contributo, ora in fase di istruttoria, per un totale di 1.245.122,90 Euro (finanziabili € 900.000,00 Euro).

Il bando rivolto ad Enti Pubblici, attraverso il quale i Comuni hanno presentato 13 domande di contributo per progetti di riqualificazione di edifici e spazi , risulta ora ancora in fase istruttoria con un finanziamento di 910.650,00 Euro, si tratta di progetti legati a nuove idee di utilizzo degli edifici e degli spazi, sicuramente a beneficio della qualità della vita dei cittadini o di quei turisti che certamente vorranno sentirsi cittadini temporanei.
Le attività messe in campo sino ad ora hanno portato alla richiesta di contributi per più di 3.000.000 di Euro capaci di generare investimenti per oltre 6.000.000 di Euro.

IMPRESA E INNOVAZIONE, LO START UP WEEKEND

Sono stati avviati gli interventi dedicati al mondo dell'impresa e dell'innovazione, pubblicato il bando che sostiene l'avviamento di imprese extra-agricole, ed organizzato per le giornate del 5 del 6 e del 7 ottobre lo "Start Up Week End".Quest'ultimo è dedicato a chi vuole fare impresa e innovazione, offrirà ai partecipanti un luogo dove, sostenuti da un tutor, potranno confrontarsi con esperti di settore per verificare la propria idea d'impresa. con consulenze gratuite in ambito amministrativo, fiscale e tecnico per accompagnare "l'idea" a divenire una vera impresa, duratura nel tempo.
Il Gal inoltre è attivo anche con diversi progetti di rete, tra cui la Strategia Aree Interne, la Rete dei Paesaggi Rurali Storici e le azioni di cooperazione con gli altri Gal della Regione.
Molte altre azioni prenderanno forma nei prossimi mesi.
Per citarne alcuni: la pubblicazione del bando per la qualificazione del patrimonio paesaggistico e storico, l'azione legata a individuare i Modelli per incentivare innovazione in imprese esistenti ed in star up", e l'attività di cooperazione con altri Gal regionali per la promozione della rete sentieristica in forma unificata.

IL MIO MOTTO?

Per raggiungere un obiettivo non si deve temere, possiamo spingerci lontano quanto si riesce a vedere, in quel punto, in quel momento, soprattutto se riusciremo in tanti, saremo in grado di vedere più lontano ancora, un orizzonte più vasto.

Ilia Varo
Presidente Gal Valli Marecchia e Conca

Scopri **Nuovi Mercati**, competenze e servizi per le opportunità oltre frontiera.

MESSAGGIO PUBBLICITARIO CON FINALITÀ PROMOZIONALI. PER AVERE MAGGIORI INFORMAZIONI SULLE CONDIZIONI ECONOMICHE E CONTRATTUALI CONSULTA I FOGLI INFORMATIVI, DISPONIBILI ANCHE IN FILIALE. L'OFFERTA È RISERVATA ALLE PICCOLE E MEDIE IMPRESE. LA BANCA SI RISERVA DI VALUTARE LA SUSSISTENZA DEI REQUISITI NECESSARI PER L'ATTIVAZIONE DEL PRODOTTO OGGETTO DELL'OFFERTA. LA CONCESSIONE DEL FINANZIAMENTO È SUBORDINATA AD ISTRUTTORIA PRESSO SACE.

numero verde 800 77 11 00
www.credit-agricole.it

CRÉDIT AGRICOLE
Una grande banca, tutta per te.

UN APPROCCIO STRATEGICO PER IL BUSINESS A STELLE E STRISCE

Gran parte del successo delle aziende che sbarcano negli Stati Uniti è legato alla possibilità di manager ed imprenditori di visitare frequentemente gli Stati Uniti oppure anche di rimanerci per periodi continuativi che vanno oltre ai canonici 89 giorni.
Che sia per motivi di lavoro oppure per semplice viaggi di business, avere un visto per gli Stati Uniti è uno strumento di lavoro prezioso che consente una flessibilità operativa impagabile.
A questo si aggiunge anche una considerazione di corporate policy interna: avere un visto permette all'imprenditore di recarsi negli Stati Uniti anche senza preavviso ed in qualsiasi momento nel caso ne dovesse sorgere la necessità. senza dover aspettare i tempi per la richiesta ed il rilascio del visto.
Una comodità di non poco conto per una azienda che ha investito tempo e risorse per sviluppare il mercato americano.
In questo breve articolo prendiamo in esame i visti più comunemente richiesti dagli imprenditori, i manager e gli investitori italiani che vogliono affacciarsi sul mercato statunitense.
Sono visti diversi che si applicano a situazioni diverse. Tutti però sono accumunati da una stessa caratteristica: la necessità di una pianificazione oculata e di un approccio strategico. Fare le cose in maniera affrettata e scoordinata raramente porta a risultati concreti quando di

Cos'è la Camera di Commercio Italo-Americana

Con sede a New York, la IACC - Italy America Chamber of Commerce è stata fondata nel 1887. Tra i fondatori della European American Chamber of Commerce for the U.S. (EACC), la IACC è affiliata alla Chamber of Commerce of the United States of America (U.S. Chamber) e con Assocamerestero, la associazione delle Camere di Commercio all'Estero che rappresenta le oltre 70 camere di commercio italiane all'estero in tutto il mondo.

tratta della richiesta di un visto per gli Stati Uniti.

Visto B1 - Visto Business per l'America

Questo visto consente una permanenza negli Stati Uniti prolungata rispetto al visto turistico. È tipicamente il tipo di visto rilasciato a coloro che vogliono esplorare possibilità di business o di investimento negli Stati Uniti, attività che quindi richiede tempi più lunghi rispetto alla semplice visita di piacere o vacanza che può durare al massimo 89 giorni e per la quale basta l'ESTA.
Il visto B1 Business permette di rimanere continuativamente negli Stati Uniti per periodi di sei mesi alla volta. Il visto B1 viene rilasciato per una durata che può variare da uno a dieci anni.

Visto E2 - Visto Investitore per l'America

È il "principe" dei visti per così dire.
Il visto E2 per gli Stati Uniti è riservato all'investitore che ha realizzato un investimento negli Stati Uniti che, come viene definito dalle norme americane, deve essere "substantial" dovendosi però intendere tale requisito non in senso assoluto bensì in relazione al tipo di attività che ci si propone di avviare negli Stati Uniti.
In altre parole, se voglio investire in America per costruire una fonderia e mi propongo di investire $150.000 l'investimento sicuramente potrà essere considerato "substantial".
Se invece lo stesso investimento si riferisce all'apertura di un ristorante, bar, gelateria o studio fotografico in North Carolina ecco che le prospettive cambiano.
Per preparare una richiesta di visto E2 che abbia una concreta possibilità di successo è necessario che la pianificazione dell'investimento sia condotta per tempo ed in maniera oculata.

Visto L1 per il trasferimento di Manager negli Stati Uniti

Manager, dirigenti d'azienda e dipendenti specializzati hanno un visto a loro dedicato, il visto "L1 intra company transfer". Il visto L1 consente appunto il trasferimento presso la filiale negli Stati Uniti di manager e dirigenti.

Visto E1 Trader per il commercio internazionale

Il visto E1 Trader è dedicato alle persone o alle società che operano nel commercio internazionale di beni e servizi tra gli Stati Uniti e l'Italia [nel nostro caso]
Il visto E1 è una alternativa al visto E2 tutte le volte che non si dispone dei fondi necessari per poter realizzare un investimento sostanziale negli Stati Uniti
Il visto E1 Trader per di commercio di beni ha come presupposto le operazioni di importazione negli Stati Uniti dall'Italia [o esportazione dall'America in Italia], a differenza del visto E2 che invece guarda solo all'investimento.

Muriel Nussbaumer
rappresentante per l'Italia
della IACC

STORYTELLING & CROSSMEDIA:

UN BINOMIO VINCENTE DI NUOVE OPPORTUNITÀ PER COMUNICARE AD ALTA PERSONALIZZAZIONE

Per capire la portata metodologica dell'avvento crossmediale nella pubblicità è opportuno effettuare una veloce ricognizione sulle terminologie tecniche che descrivono in modo pertinente ed originale le 2 tendenze più attuali della comunicazione, non soltanto per i beni di consumo, ma anche e soprattutto nel business to business di beni industriali e di servizi.

Partiamo da "Storytelling". Com'è noto il termine indica L'arte della narrazione di prodotti e servizi utilizzata come strategia di comunicazione persuasiva, nel marketing e nella pubblicità aziendale. Crossmedia è invece il secondo termine con il quale si indica l'utilizzo strategico di più media attraverso i quali declinare una campagna, diversificando i messaggi, appunto in modo personalizzato a seconda del media. L'abbinamento delle due tecniche permette risultati molto interessanti di coinvolgimento del cliente potenziale attraverso logiche argomentative e insieme emotive. La "storia (o le storie) si declinano in modo diverso nei vari strumenti, sfruttando appunto le singole caratteristiche e peculiarità mediali.

Tutti i messaggi hanno ovviamente in comune la finalizzazione alla spinta del destinatario a reagire, attraverso la richiesta di ulteriori informazioni specifiche e personalizzate. In questo caso si utilizzano anche le tecniche di marketing "pURL", attraverso le quali chi reagisce viene indirizzato ad una pagina di destinazione personale sul web: una Landing che risiede in un microsito adatto a registrare informazioni personalizzate e crescenti su ogni specifico destinatario, preziose per proseguire il dialogo mirato ed esclusivo, dove ogni storia è diversa dalle altre, in quando identifica ogni singolo utente.

Questa forma narrativa articolata in più media e con adattamenti di messaggio per ogni canale, offre agli utenti un pezzetto del puzzle completo. Lo storytelling transmediale si può sviluppare integrando canali online e offline e permettendo un alto e crescente grado di personalizzazione individuale.

Una campagna di questo tipo è completamente diversa da una campagna tradizionale e soprattutto molto più attraente dal punto di vista creativo, se paragonata ad una classica campagna che ripropone un modo monotono lo stesso messaggio sui vari

media. Si tratta di una declinazione dinamica che ottiene attenzione da parte del destinatario, cercando ed esaltando le affinità e le differenze fra media, messaggi e soprattutto destinatario obiettivo.
Henry Jenkins, il teorico dello storytelling transmediale, utilizza questa definizione efficace: un processo nel quale gli elementi integrati di una narrazione vengono sistematicamente separati e diffusi tramite diversi canali di comunicazione, con lo scopo di creare esperienze di intrattenimento coordinate e insieme diversificate per ogni destinatario.
Ogni media offre inoltre un contributo specifico allo sviluppo della storia.
Lo storytelling transmediale diventa in tal modo una narrazione capace di integrare canali online e offline, determinando un alto grado di coinvolgimento dei destinatari.
Interessante è inoltre il fatto che la tecnica può anche essere utilizzata proficuamente in campagne con budget contenuti, anche scegliendo pochi media essenziali.
Gambarini & Muti è un'Agenzia di strategia e creatività per la comunicazione fondata negli anni '70 da Luigi Gambarini (consulente di strategia di comunicazione e marketing diretto) e Lucia Muti Gambarini (Direzione creatività), a cui si sono aggiunti via via specialisti (Maddalena Gambarini Costanzi (Media Planning e Buying), Sarita Maggioli (Graphic design), Paolo Fedetto (web design), Samuele Grassi (web strategy).
Tra i clienti: Rimini Fiera (Italian Exhibition Group) attivo dal 1998, Focchi Spa (attivo dal 1970), Associazioni Imprenditoriali in Emilia Romagna e Toscana (dal 1970) Settore Turismo, Hotel Congressuali, Organizzazione eventi, Progetti per il territorio, Nuove Idee Nuove Imprese, Salone del Libro di Torino, Più Libri Più Liberi, Roma, Confindustria Rimini, Indagini di customer satisfaction per associazioni e manifestazioni fieristiche in Emilia Romagna e Toscana.

Luigi Gambarini
Gambarini & Muti srl

Crossmedia in 5 punti

1. Con il Crossmedia si passa dalla narrazione analogica al racconto che si struttura nell'incrocio fra i media.

2. La strategia è dunque determinata dall'utilizzo simultaneo di più media che esprimono, ciascuno, i vari plus della campagna.

3. Ad esaltare il cambiamento, contribuisce il passaggio dai media di massa alla società digitale, dove i costi di produzione e distribuzione sono sempre più prossimi allo zero.

4. Il passaggio alla crossmedialità è comunque inevitabile. Ma questo non può che arricchire il valore della comunicazione aziendale.

5. L'utilizzo contemporaneo di più media diventa «Progetto editoriale di comunicazione», dove la strategia è proprio nelle modalità con le quali i vari media si integrano fra loro, arricchendo la campagna contenuti e linguaggi diversi, coerenti con la specificità dei vari media.

CRESCITA PIU' TENUE MA SEGNALI COMUNQUE POSITIVI, TRAINATI DAL MERCATO DOMESTICO

L' INDAGINE CONGIUNTURALE DI CONFINDUSTRIA ROMAGNA SUL PRIMO SEMESTRE 2018 E LE PREVISIONI PER IL SECONDO SEMESTRE 2018

L'Indagine Congiunturale sulla situazione economica delle imprese aderenti a Confindustria Romagna effettuata dal Centro Studi e dal Servizio Economico di Confindustria Romagna relativa ai dati consuntivi del primo semestre 2018 e alle previsioni per il secondo semestre 2018, è riferita ad un campione di aziende del comparto manifatturiero e dei servizi e non comprende il settore delle costruzioni.
Continua il trend positivo sia per la produzione che per il fatturato ma con percentuali più contenute rispetto all'ultima congiunturale e con una tenuta maggiore del fatturato interno rispetto a quello estero, sia per le imprese ravennati che per quelle riminesi.

PRIMO SEMESTRE 2018

Fatturato totale: rilevato a prezzi correnti +4,3% rispetto al primo semestre 2017. Fatturato interno +8,5%, fatturato estero +1,2%. Le imprese con un numero di dipendenti compreso fra 50 e 249 evidenziano il dato migliore fatturato totale +16,5% (interno +16,7% e estero +15,8%). Per quelle con meno di 50 dipendenti + 5,2% fatturato totale, (+ 6,1% fatturato interno e + 3,5% fatturato estero). Le imprese con numero di dipendenti maggiore o uguale a 250 segnano +2,5% fatturato totale (+ 8,1% fatturato interno e - 0,2%. fatturato estero).
Il grado di internazionalizzazione delle imprese, inteso come percentuale di fatturato estero sul totale, si attesta in media al 51,1% con una percentuale del 58,2% nelle grandi aziende, del 34,2% nelle aziende comprese fra 50 e 249 addetti e del 29,4% nelle aziende con meno di 50 dipendenti.
Produzione: +2,9%. Imprese di medie dimensioni +8,9%, piccole e grandi rispettivamente +8,5% e +2,2%.
Occupazione: +4,4%. In particolare per le grandi imprese (+5,6%), seguite dalle medie (+3,5%) ed infine dalle piccole (+3,2%).
Ordini: il 46,8% delle imprese campione li evidenzia in aumento, per il 15,5% sono in diminuzione e per il 37,7% sono stazionari. Per quanto riguarda gli ordini esteri il 44,1% delle imprese li ha visti in aumento, il 16,1% ha notato una diminuzione e per il 39,8% sono stazionari.
Giacenze: stazionarie per il 66,7% del campione, in aumento per il 20,6% e in diminuzione per il restante 12,7%.
Costo delle materie prime: stazionario per il 45,3% del campione, per il 50,8% in aumento, per il 3,9% in diminuzione.
Difficoltà nel reperimento del personale: soltanto il 5,5% delle aziende la considera molto elevata e il 16,5% elevata, mentre il 16,5% del campione non riscontra alcuna difficoltà, il 24,3% una bassa difficoltà e il 37,2% una media difficoltà.
Ricorso alla cassa integrazione: per il 90,8% del campione è da escludersi, per il 5,5% poco probabile, per il 3,1 % probabile ma limitato e solo per lo 0,6% probabile e consistente.

PREVISIONI SECONDO SEMESTRE 2018

Produzione: stazionaria per il 44,6% delle imprese, in aumento per il 43,3% e in diminuzione per il 12,1% degli imprenditori.
Ordini: stazionari per il 46,1% degli imprenditori, in aumento per il 45,5% e in diminuzione per l'8,4%. Ordini esteri: per il 54% stazionari, per il 40% in aumento e per il 6% in diminuzione.
Giacenze, il 72% delle imprese le prevede stazionarie, il 13,6 in aumento e il 14,4% in diminuzione.
Occupazione stazionarie per il 66,4% del campione, in crescita per il 28,4% e in calo per il 5,2%.

CREDITO

Dai dati di Banca d'Italia riferiti all'area vasta (province di Rimini e Ravenna) emergono ancora segnali di riduzione degli impieghi: a giugno 2018 gli impieghi complessivi su base annua sono diminuiti del 5,72% e del 8,78% per quel che riguarda gli impieghi alle imprese private.

La conferenza stampa nella sede di Ravenna

Centro studi Confindustria, l'Italia rallenta

Il Centro Studi Confindustria stima una crescita del PIL italiano in rallentamento all'1,1 per cento nel 2018 e allo 0,9 nel 2019, rispetto all'1,6 registrato nel 2017. Rispetto a giugno, vengono riviste al ribasso di 0,2 punti sia il 2018 che il 2019.
Pesano: l'export più debole, i consumi in rallentamento per un aumento del tasso di risparmio dovuto all'incertezza sulle condizioni economiche future e una dinamica meno favorevole del credito, a causa dell'aumento dello spread. Si sono indebolite le condizioni per la crescita, a causa di fattori esterni, alcuni già materializzati, altri di cui non è prevedibile l'esito.
A ciò si sommano vari fattori interni, che potrebbero prendere direzioni diverse:

- la fiducia che i mercati riporranno nella manovra economica del Governo, in termini di capacità di rifinanziare il debito pubblico in scadenza (le prime reazioni sono state negative);
- la capacità di incidere sui nodi irrisolti dell'economia (efficienza del settore pubblico, produttività delle imprese di minore dimensione, dotazione infrastrutturale);
- la sostenibilità del contratto di governo, nelle sue componenti più onerose per la finanza pubblica (flat tax, reddito di cittadinanza, controriforma delle pensioni).

È fondamentale che le coperture siano credibili per avere un impatto macroeconomico positivo.
Le previsioni CSC non incorporano le intenzioni del Governo perché le misure andranno dettagliate in sede di Legge di bilancio e gli effetti macro dipenderanno dal modo in cui gli interventi verranno disegnati.
Sulla base delle informazioni disponibili, il Governo ha fissato l'obiettivo di deficit per il 2019 al 2,4 per cento. Ciò equivarrebbe a realizzare il prossimo anno una manovra espansiva per un punto di PIL. La proposta dell'attuale Governo presuppone quindi una maggiore dimensione della manovra programmata rispetto alle precedenti. Nel 2019, la correzione strutturale del deficit di 0,6 punti di PIL non avverrà.
Ciò apre a due rischi:

- che i mercati reagiscano e si abbia un ulteriore aumento dello spread sovrano;
- che la UE apra una procedura di infrazione.

Lo scenario previsivo di crescita bassa e in rallentamento, debito pubblico molto elevato e tassi di interesse in aumento, rende necessario e urgente agire, nella prossima Legge di bilancio, con misure di politica economica che siano in grado di migliorare in modo strutturale tali tendenze e fornire certezze sulla linea di azione.
Il CSC individua quattro direzioni per la politica economica che possono impattare positivamente sulle scelte degli investitori, con ricadute favorevoli sul PIL italiano:
1. rafforzare le misure di sostegno alle imprese incidendo su investimenti, costo del lavoro e formazione;
2. realizzare un grande piano per le infrastrutture materiali e immateriali, con progetti e risorse ben definiti;
3. avviare la riforma fiscale per imprese e famiglie;
4. condurre un'azione efficace di revisione della spesa pubblica.

La presentazione dei dati nella sede di Rimini

VENIERI FESTEGGIA I SUOI PRIMI 70 ANNI

L'AZIENDA LUGHESE HA ORGANIZZATO UNA MOSTRA SULLA SUA STORIA IN OCCASIONE DI BASSA ROMAGNA IN FIERA

Fotografie, racconti e tanti modelli di trattori realizzati nelle diverse epoche della sua storia. L'azienda Venieri di Lugo festeggia nel 2018 i suoi 70 anni dalla fondazione e per celebrare questo traguardo ha deciso di allestire una mostra dedicata alla sua storia. Così è nata "Venieri: i nostri primi 70 anni", l'esposizione allestita alle Pescherie della Rocca di Lugo a settembre.

L'occasione per festeggiare l'importante ricorrenza è stata la XXVII edizione di Bassa Romagna in Fiera, che si è svolta nel centro di Lugo dall'8 al 16 settembre. La mostra è stata infatti inaugurata nel giorno dell'apertura della biennale dedicata ad artigianato, agricoltura, commercio e industria. In questa occasione, la presidente Giacomina Venieri e il direttore generale dell'azienda Filippo Muccinelli Venieri (assieme al Padre Daniele Muccinelli) hanno tagliato il nastro insieme ai nove sindaci dell'Unione dei Comuni della Bassa Romagna, al senatore Stefano Collina, all'assessora regionale Emma Petitti e ai consiglieri regionali Manuela Rontini e Mirco Bagnari.

All'interno della mostra i numerosi visitatori hanno potuto riscoprire la storia dell'azienda lughese. Nella sala della Rocca e nella strada antistante erano infatti stati sistemati diversi pannelli con foto e cronistoria degli eventi, oltre ai prodotti principali lanciati sul mercato da Venieri, facendo un vero e proprio viaggio nelle diverse epoche della sua storia.

L'azienda è nata a Lugo nel 1948, quando Carlo e Ferdinando Venieri hanno creato la prima cingoletta. Da quel momento sono stati diversi i modelli prodotti, dai trattori gommati ai carrelli elevatori, passando per la mini-terna elettrica e la pala caricatrice elettrica, che Venieri ha presentato per prima al mondo. Da allora l'azienda si è sviluppata anche a livello internazionale, con clienti e partners in tutto il mondo.

Attualmente gli stabilimenti di Venieri in via Piratello si estende su 90 mila metri quadri, con un'area coperta di 30mila metri quadri.

"Grazie ad una corta catena decisionale, il gruppo che guido è presente in più di 50 paesi nel mondo collaborando con Multinazionali che richiedono un elevata personalizzazione del prodotto - spiega Filippo Muccinelli Venieri - Abbiamo una rete di concessionari che preferiamo definire Partners in quanto le nostre sono collaborazioni e non solo rapporti commerciali; Ci piace definirci Quality Company e non Quantity Company in quanto il rapporto diretto e l'elevata specializzazione è sinonimo di lavoro di qualità e non di quantità".

THE EDGE COMPANY NEL PROGRAMMA DI ACCELERAZIONE OFFERTO DA THE CAMP

The Edge Company è stata scelta per entrare a far parte del programma di accelerazione offerto da The Camp.
Solo 10 startup di tutto il mondo possono accedere a questo programma che ha preso il via nel mese di settembre e durerà 3 mesi. The Edge company rappresenta l'Italia nel programma internazionale e ha l'opportunità di accedere ad investimenti e contatti con i principali fondatori dell'acceleratore francese, ovvero Credit Agricole, Airbus, Air France, Accord hotel, Vinci, Cisco, SNCF.
L'acceleratore francese ha selezionato The Edge Company a Bologna nel maggio scorso, dopo una sessione di pitch night per il progetto BCMS, bird concentration monitoring system.
La seconda call del nuovo acceleratore riguardava due temi importanti come food e mobility, ed il BCMSÓ, sistema per il monitoraggio e la classificazione dei volatili negli aeroporti per evitare i bird-strike, ha subito attirato l'attenzione perché si occupa di un problema che riguarda tutto il mondo, ha un'incidenza sempre maggiore e non ha trovato ancora soluzioni efficaci.
Il BCMSÓ si basa su tecnologie di visione artificiale e machine learning; è un sistema di telecamere intelligenti che monitora costantemente lo spazio circostante per acquisire ed analizzare informazioni relative alla concentrazione dei volatili. Il sistema è addestrabile rispetto alle specie di volatili da riconoscere ed è adattabile rispetto alle caratteristiche geografiche del sito di installazione.
Quattro i criteri che la giuria internazionale - costituita da top manager di grosse realtà imprenditoriali mondiali - ha valutato per ammettere le startup al programma: i curricula dei fondatori, gli

aspetti tecnologici del progetto, l'adeguatezza ai principi di sostenibilità dell'acceleratore e per finire la capacità della startup di stare sul mercato.
Un'altra prova della bontà del progetto BCMSÓ che ha già riscosso apprezzamenti in Italia – vincendo il bando di Smart e Start del Mise e Nuove idee Nuove imprese di Rimini - ma anche all'estero dove si è classificato secondo in semifinale a Skolkovo in Russia.

CITTADINI DELL'ORDINE S.P.A, SICUREZZA SUL TERRITORIO E MONDIALE

L'ISTITUTO DI VIGILANZA PROPONE IL SERVIZIO DI TRAVEL SECURITY RIVOLTO A CHI VIAGGIA PER LAVORO

Si chiama Travel Security ed è uno dei servizi che l'istituto di vigilanza Cittadini dell'Ordine, leader in Romagna e attivo in tutta Italia e non solo, offre ai suoi clienti per la protezione a livello internazionale di chi viaggia per lavoro o ha sedi, commesse o cantieri in Paesi a rischio. In un'economia in cui l'export è sempre più importante e le trasferte di lavoro sempre più numerose, le aziende necessitano di investire nella sicurezza dei loro dipendenti. Quello della Travel Security e di tutti i servizi connessi è una necessità che oramai non coinvolge solo le grandi realtà, ma anche le piccole e medie imprese, che esportano prodotti in tutto il mondo. Una necessità data anche da specifiche normative. Il legislatore impone infatti al datore di lavoro di informare i propri dipendenti sui possibili rischi che corrono durante le trasferte aziendali e di adottare tutte le misure necessarie per tutelare la sicurezza dei propri lavoratori. Il dipendente, insomma, va sempre protetto e insieme a lui tutto il patrimonio aziendale, costituito da investimenti e immagine. A questo serve il servizio di Travel Security di Cittadini dell'Ordine, che garantisce un supporto per la sicurezza certamente dei dipendenti, ma anche delle conoscenze e delle proprietà delle società.

"Visto il clima internazionale attuale – spiega il Consigliere Delegato di Cittadini dell'Ordine Andrea Fabbri - è fondamentale che servizi altamente specializzati e delicati come quello di Travel Security e tutto quello ne consegue (risk assestment, close protection, messa in sicurezza degli assetts in loco, evacuation e contingency plan eccetera) siano affidati solo a realtà capaci di supportare e garantire in modo concreto le necessarie misure di sicurezza di dipendenti, dati, e proprietà aziendali e a provider di qualificati, realmente presenti e operativi in loco".

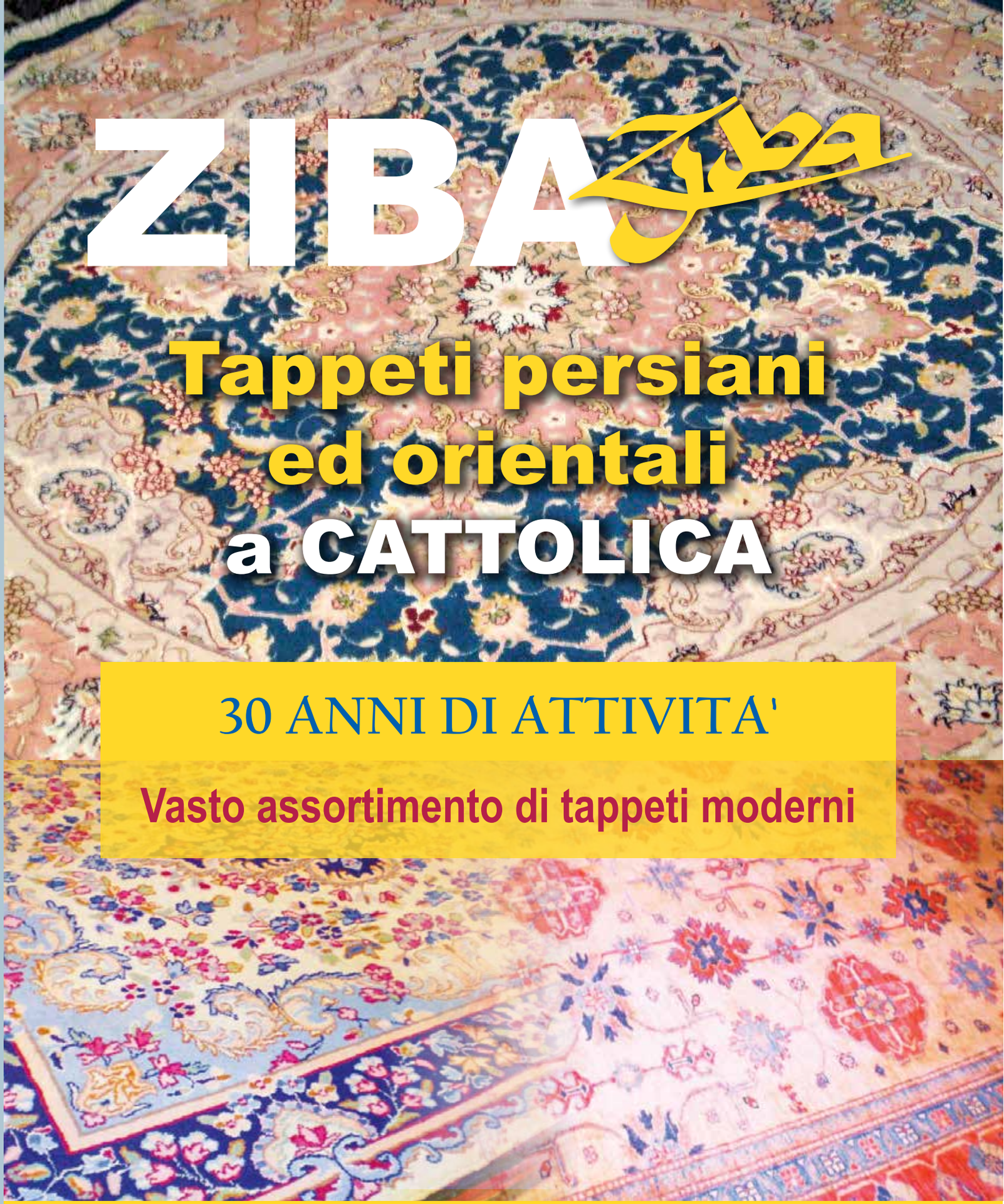
La preparazione del piano di Travel Security prevede diverse fasi di studio. Si deve in un primo momento effettuare un'analisi sul tipo di azienda che necessita del servizio, sulle sue attività all'estero e sui Paesi in cui sono previsti viaggi di lavoro. Questa fase di studio serve a individuare il grado di rischio e le attività necessarie da mettere in campo. In seguito viene valutato il grado di pericolosità del Paese coinvolto nelle trasferte (in aggiornamento continuo in base ai cambiamenti) e svolta l'attività di formazione del personale coinvolto. A questo punto viene preparato il piano di sicurezza, organizzato il trasporto in loco e la sorveglianza dei luoghi e delle persone impegnate nel viaggio di lavoro. Questa operazione prevede l'individuazione di posti sicuri in cui rifugiarsi in caso di emergenza e lo studio di piani di evacuazione.

Come in ogni ambito applicativo della sicurezza, una buona programmazione non elimina completamente i rischi ma può ridurre di molto le conseguenze negative e permettere di dare risposte efficaci in tempi molto stretti, in ogni parte del mondo.

UN NUOVO "SKEMA" PER INVESTIRE NEL NOSTRO FUTURO: I GIOVANI

TRE PREMI OGNI ANNO PER NEOLAUREATI DEL CAMPUS DI RIMINI DELL'UNIVERSITÀ DI BOLOGNA. TEMA DEI LAVORI: SISTEMA ECONOMICO E FINANZIARIO DEL TERRITORIO. LO STUDIO DI CONSULENZA RIMINESE SKEMA, FESTEGGIA COSÌ I 25 ANNI DI ATTIVITÀ

Tre premi per le tre migliori tesi di laurea sul sistema economico e finanziario del territorio riminese, presentate dagli studenti della sede di Rimini dell'Università di Bologna. È l'iniziativa, patrocinata dal Campus Rimini dell'Alma Mater Studiorum – Università di Bologna e in collaborazione con Uni.Rimini, con cui lo studio di consulenza aziendale "Skema" sceglie di rendere ancora più saldo e concreto il suo legame con la città. Soprattutto di investire nel patrimonio essenziale per crescita e sviluppo del territorio: i giovani. E non è casuale che ai tre premiati si aprano anche le porte per un stage lavorativo all'interno di Skema. Un progetto destinato a rinnovarsi ogni anno, con un unico paletto: è aperto solo agli studenti iscritti al Campus di Rimini dell'Alma Mater Studiorum – Università di Bologna. La scelta di istituire queste borse di studio arriva in un momento importante della storia dello studio riminese l'anniversario del 25° anno di attività. "Nel 1993, quando abbiamo aperto lo Studio eravamo sei giovani partner e quattro collaboratori. Oggi i partner sono diventati 8 e i collaboratori 35. I numeri raccontano un percorso di crescita e una capacità nel cercare di offrire sempre ai nostro clienti risposte efficaci alle loro esigenze. – spiegano Stefano Fabbri, Franco Bulgarini e Pietro Vanni di Skema – Quello che ci piace sottolineare è come in questi anni più di 80 tra laureati e laureandi hanno svolto da noi stage professionali e 1/3 di loro ha poi continuato a lavorare nello studio. Siamo nati e cresciuti a Rimini e crediamo che un modo concreto di declinare la responsabilità d'impresa, sia offrire ai nostri ragazzi le opportunità che noi abbiamo avuto in passato". Le tre borse di studio, rispettivamente di 1.500, 1.000 e 500 euro, saranno assegnate ogni 12 mesi da una commissione formata da rappresentati di "Skema", di Uni.Rimini e da docenti del Campus di Rimini dell'Università di Bologna. Secondo i partner Skema in tutti i paesi avanzati aziende e imprese collaborano e offrono risorse all'Università. Un modello che deve essere allargato, diffuso e praticato di più anche a Rimini. Imprese e aziende sanno che professionalità e profili sono richiesti nel mondo del lavoro e devono dialogare e sostenere costantemente Università e sistema scolastico per crearli. Un indirizzo condiviso anche dal Campus di Rimini dell'Università di Bologna e da Uni. Rimini. Questo progetto, spiegano Sergio Brasini e Leonardo Cagnoli, rispettivi presidenti delle due istituzioni universitarie, si inserisce nelle attività del nostro Ateneo chiamate "Terza missione", e dimostrano il rapporto sempre più forte tra Campus e la città. Un ulteriore tassello di quel dialogo costruttivo Università e aziende per e favorire il trasferimento tecnologico e l'innovazione di prodotti e processi produttivi dall'ambiente accademico al territorio.



ZIBA

Tappeti persiani ed orientali a CATTOLICA

30 ANNI DI ATTIVITA'

Vasto assortimento di tappeti moderni

APERTO ANCHE LA DOMENICA chiuso il martedì

Cattolica centro: Viale Bovio, 65/A (50 mt. dalla piazza 1 maggio)

Mail: ronaghi.b@gmail.com Tel. 0541 953673 Cell. 338 9391843

Villa Abbondanzi

HOTEL – RISTORANTE – SPA

Il Relais Villa Abbondanzi è la location ideale per organizzare riunioni di lavoro, banchetti e cene di gala aziendali.
Tre differenti soluzioni ed un'ampia gamma di servizi ad altissimo livello renderanno unico il tuo evento.

Peonia

Con tavolo unico di cristallo ospita fino a 10 persone. Ha una splendida vista sui roseti del giardino.

Magnolia

Le ampie vetrate scorrevoli con vista sul parco, il caldo parquet e le travi a vista rendono questa sala riunioni luminosa ed accogliente tutto l'anno.

Le Ninfee

All'interno di un parco di 2,5 ettari, con parcheggio gratuito ad uso esclusivo, in questa sala potrai organizzare presentazioni di lavoro e meeting aziendali.

www.villa-abbondanzi.com