

SPAZIO TECNICO

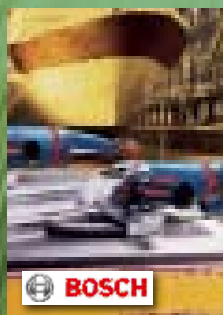
Periodico di informazione del
Consorzio Distributori Tecnici CDU

Anno 10 - Numero 29 - Luglio 2005

Spedizione in abb. post. 70% filiale di Milano
Direttore Responsabile: Giorgio Cortella
Editore: Consorzio CDU - Sede Legale:
Via Rugabella, 1 Milano - Sede
Operativa: V.le Colleoni, 17 Agrate
Progetto e coordinamento editoriale:
Bianchi Errepi Associati srl Lecco
Stampa: Grafiche Mazzucchelli Spa
Seguro di Settimo Milanese (Mi)
Autorizzazione del Tribunale di Lecco
n. 3136 del 21/09/95 (n.9/95 reg. per.)



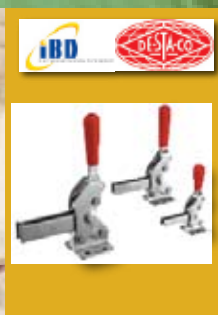
In questo numero:
il nuovo "Catalogo Generale CDU 2005"



Pagina 20



Pagina 23



Pagina 22



Pagina 15



Pagina 21



Pagina 19



Pagina 2



Pagina 32

Quando la passione diventa mestiere, Usag è con te.



Gli utensili manuali professionali in Italia, dal 1928.



ZOOM

Pag. 4

Un compagno indispensabile per ogni impresa moderna

In uscita il nuovo Catalogo Generale CDU



MEETING

Pag. 8

Il laser protagonista di molti appuntamenti fieristici

Da Monaco di Baviera a Piacenza, grande attenzione per le applicazioni industriali del laser

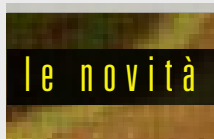


L'INTERVISTA

Pag. 10

A colloquio con Luigi Roth, presidente della Fondazione Fiera di Milano

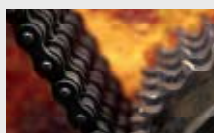
La nuova Fiera di Milano: occasione per tutto il Paese



LE NOVITÀ

Pag. 14

Le ultime interessanti proposte dal mercato



UTILITÀ

Pag. 24

"Supply chain": una catena che dà valore alle imprese

La collaborazione con altre aziende crea opportunità di successo



REPORT

Pag. 26

Due milioni di robot nel mondo. E l'Italia si scopre leader

Italia è il secondo fra i paesi produttori nell'Unione Europea

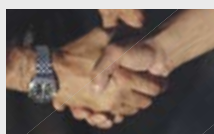


TREND

Pag. 28

Semplificare le regole per essere più competitivi

La burocrazia in Italia ostacolo per le imprese



FOCUS

Pag. 30

La scelta dei collaboratori nelle piccole-medie imprese

Il valore centrale della persona

UN COMPAGNO INDISPENSABILE PER OGNI IMPRESA MODERNA

Il Consorzio Distributori Utensili CDU sta pubblicando il suo nuovo Catalogo Generale: una miniera di informazioni tecniche e novità di prodotto, che raccoglie il meglio a livello italiano ed europeo. Uno strumento insostituibile per operare le proprie scelte.



La garanzia di poter contare su un partner competente per orientarsi nel mercato degli utensili.

Sapersi muovere nel panorama della moderna distribuzione industriale non è semplice.

A fianco dei marchi storici ed affermati, molti sono i nuovi che emergono: difficile è conoscerli tutti, ma ancor più difficile è saperli analizzare, comprendendone le reali potenzialità e il vero contenuto tecnico dei loro prodotti.

Per l'utilizzo professionale saper scegliere è fondamentale: ne va del proprio lavoro e della propria capacità di essere competitivo sul mercato.

Molte volte, infatti, dall'utilizzo o meno di una novità sotto il profilo tecnico-applicativo può dipendere la riuscita di una lavorazione o, ancora, la sua convenienza. Essere dunque al corrente dei risultati dell'attività di ricerca che i produttori stanno sviluppando, significa poter disporre di un valore competitivo aggiunto.

Ma, d'altra parte, è pur vero che non tutto ciò che è innovativo porta con sé

Per un'azienda che voglia competere con successo sul mercato, potersi affidare a distributori di prodotti tecnici industriali competenti e preparati, che conoscono il mercato dei produttori e al tempo stesso possono offrire ai propri clienti l'esperienza che viene loro dal contatto diretto e quotidiano con le loro esigenze, è una risorsa insostituibile.

automaticamente dei vantaggi: talvolta la sperimentazione di nuove tecnologie o nuovi strumenti richiede tempo prima di potersi tradurre in reale beneficio per l'utilizzatore.

Senza contare, poi, che spesso, dietro a nuovi marchi, stanno realtà poco strutturate, la cui affidabilità nel prodotto e nel servizio è ancora da testare.

Per questo, potersi affidare a distributori competenti e preparati, che conoscono il mercato dei produttori e al tempo stesso possono offrire ai propri clienti l'esperienza che viene loro dal contatto diretto e quotidiano con le loro esigenze, è una risorsa insostituibile.

A questo "skill" rispondono le utensilerie associate al Consorzio Distributori Utensili CDU, realtà che in questi anni è andata conquistando un posto di assoluto riferimento nel panorama della moderna distribuzione industriale.

Serietà, professionalità, capacità organizzativa, esperienza, competenza tecnica, servizio: sono questi, in sintesi, i punti di forza delle utensilerie che aderiscono al Consorzio CDU.

Veri e propri partner per le imprese loro clienti, sono in grado di supportarle in ogni loro esigenza tecnica, anche la più specifica e complessa grazie anche ad una presenza capillare sul territorio e ad un servizio post-vendita svolto spesso in collaborazione con gli stessi produttori.

Il nuovo Catalogo generale CDU: tutto il meglio della moderna distribuzione industriale.

Espressione di questa profonda conoscenza del mercato dei produttori e degli utilizzatori, ma anche della capacità di fare "massa critica" propria di questo Consorzio, è il nuovo Catalogo Generale, attualmente in fase di stampa.

Si tratta di un'opera editoriale imponente per dimensioni e assolutamente unica nel panorama generale del settore. Ben 1.150 pagine (oltre 350 in più rispetto alla precedente edizione), con circa 30 mila articoli codificati: un universo di informazioni, dove ogni prodotto è presentato secondo le sue

Ben 1.150 pagine con oltre 30 mila articoli codificati: il nuovo catalogo Generale CDU rappresenta il più completo e ricco patrimonio di informazioni tecniche su cui un'impresa oggi può contare per documentarsi sulle novità del mercato e trovare lo strumento più adatto per le proprie esigenze.

più importanti specifiche tecniche e applicative.

Il Catalogo è articolato in 9 differenti sezioni, che coprono l'intero spettro delle esigenze di un'impresa sotto il profilo della dotazione tecnica e di sicurezza, sia che si tratti di una piccola impresa artigianale, sia che ci si rivolga ad una realtà industriale strutturata:

- utensili da taglio
- attrezzature macchine utensili
- strumenti di misura
- abrasivi
- utensili manuali
- attrezzatura per officina
- utensili elettrici e macchine
- antinfortunistica, saldatura e chimici
- arredamento industriale.

Il Catalogo Generale CDU affronta poi, in uno specifico capitolo, i dati tecnici dei prodotti, offrendo moltissime informazioni e spunti di approfondimento, per orientarsi al meglio nella scelta del prodotto, individuando quello che più risponde alle proprie esigenze.

La collaborazione con gli associati, i fornitori ed i clienti.

Per poter realizzare questo Catalogo, strumento indispensabile per orientarsi nell'offerta della moderna distribuzione industriale, il Consorzio CDU ha lavora-

CDU: una realtà al servizio delle imprese

Costituito nel 1992, il Consorzio Distributori Utensili CDU con sede ad Agrate Brianza (tel. 039/6091061 - e-mail: info@cdu.net) raggruppa ad oggi ben 18 realtà della distribuzione industriale in Italia, cui corrispondono complessivamente 43 punti vendita.

Oltre 110 sono le aziende produttrici e distributrici di utensili e prodotti tecnici per il mondo dell'industria che sono convenzionate al Consorzio e fungono quindi da "partner" per l'offerta all'utilizzatore finale.

Dal 1996 CDU dispone anche di un marchio privato, TKN, che copre con i suoi prodotti le principali esigenze delle imprese.

Un rapporto di consolidata collaborazione è inoltre in essere con uno dei più grandi gruppi d'acquisto a livello europeo, la tedesca E/D/E.



Opportunità per il Business



to su livelli differenti.

In primo luogo ha valorizzato le competenze specifiche dei propri associati e dei loro tecnici interni, in grado di conoscere bene il mercato e le richieste degli utilizzatori: attraverso il lavoro di specifiche commissioni, ha vagliato l'intera offerta, individuando i fornitori-partner

Il Catalogo Generale CDU è la sintesi del meglio che il mercato può offrire e delle proposte di ben 110 fornitori selezionati, marchi di primo piano a livello nazionale ed europeo.

da coinvolgere nel progetto.

Proprio con i fornitori convenzionati CDU si è quindi sviluppato il lavoro più approfondito, con l'obiettivo di definire un ricco panel di prodotti per ciascun marchio, capace di rappresentarne al meglio e nel modo più completo l'intera produzione.

Sono ben oltre 110 i fornitori che hanno collaborato alla realizzazione del Catalogo: tra questi figurano i marchi più importanti del panorama italiano ed europeo. Marchi prestigiosi e consolidati, che garantiscono la più alta affidabilità dei loro prodotti e si segnalano per la capacità di innovare costantemente la propria offerta, grazie ad un'attività di ricerca e sviluppo costante nel tempo.

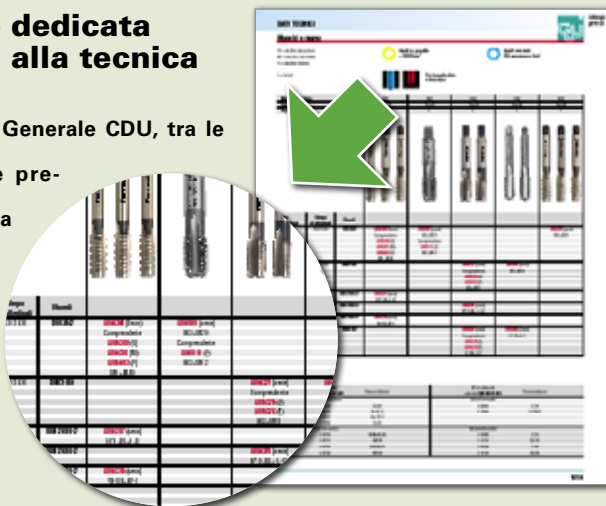
La partnership delle utensilerie del Consorzio CDU con i propri fornitori e con i propri clienti è una risorsa insostituibile. Essa permette infatti di testare l'efficacia delle nuove soluzioni proposte dal mercato nel concreto utilizzo quotidiano.

Proprio questa collaborazione con i fornitori costituisce il vero punto di forza dell'attività del Consorzio CDU e dei suoi associati, ma anche il patrimonio più importante che sta alla base della riuscita di un progetto editoriale così ambizioso e significativo come il Catalogo Generale.

Ma, accanto a questa partnership, vi è un'altra risorsa su cui il Consorzio può contare: ed è quella della collaborazione stretta che le utensilerie hanno costruito con i propri clienti finali. Un rapporto dinamico e propositivo, all'insegna di una consulenza tecnica a 360 gradi, che risulta essenziale al fine di poter testare le novità di prodotto e verificarne nel concreto dell'uso quotidiano la validità. Ciò a vantaggio del cliente, secondo una logica che può essere così efficacemente sintetizzata: insieme per crescere, insieme per vincere.

Una sezione dedicata interamente alla tecnica

Il nuovo Catalogo Generale CDU, tra le molte novità che presenta, ospita per la prima volta uno speciale capitolo dedicato interamente ad approfondimenti di tipo tecnico.



II LASER PROTAGONISTA DI MOLTI APPUNTAMENTI FIERISTICI

Successo di pubblico al salone "Laser 2005 - World of photonics", svoltosi dal 13 al 16 giugno a Monaco di Baviera. Intanto Piacenza si prepara ad ospitare "EXPOlaser", quest'anno insieme a EXPOSTAMPO ++.



A MONACO IL PRIMO CONGRESSO INTERNAZIONALE SULLA FOTONICA A LIVELLO EUROPEO.

Con "Laser 2005 - World of photonics" e il "World of Photonics Congress 2005", il primo congresso internazionale sulla fotonica a livello europeo, Monaco di Baviera si conferma capitale dell'eccellenza e dell'innovazione nell'industria dell'ottica, della fotonica e della fibra ottica applicata all'ICT.

A due anni di distanza dall'ultima edizione, il Salone internazionale sulle innovazioni del settore laser si è rivelato particolarmente interessante e partecipato sotto il profilo

sia delle adesioni degli espositori - in forte aumento il numero dei cinesi -, sia delle presenze dei visitatori.

Tre i padiglioni su cui si è andata a sviluppare la manifestazione. Nel padiglione B1, dedicato alla tecnologia laser e alla opto-elettroni-

ca, sono state presentate le varie tipologie di laser, i componenti e i sistemi laser e le applicazioni dell'opto-elettronica in acustica e meccanica. Particolare rilievo è stato riservato alle novità sul diodo laser, un laser a semiconduttori tra i più usati in campo medico, l'ultima e più rivoluzionaria sorgente. Spazio nel padiglione B2 alle novità sull'ottica, sui sensori, sui metodi di misurazione e controllo basati sul laser. Dedicato all'utilizzo del laser per la produzione di parti metalliche e per il trattamento dei materiali, infine, il padiglione B3. Particolarmente interessanti, fra le iniziative collaterali, alcuni eventi: la mostra speciale "Photons in production", organizzata dall'Università di Norimberga, dall'Istituto per le Macchine Utensili dell'Università Tecnica di Monaco e dal Centro sul Laser sempre di Monaco; il World of Photonics Con-

gress; e, infine, gli incontri sul "Laser in Manufacturing", organizzati dalla German Scientific Laser Society e dedicati alle applicazioni del laser nell'industria manifatturiera e nel trattamento dei materiali.

Contemporaneamente a Laser 2005, si è svolta la terza edizione del Salone FiberComm 2005, la manifestazione espositiva internazionale dedicata all'industria della fibra ottica applicata all'information & communication technology.

Un appuntamento di assoluta avanguardia, nel corso del quale è stata presentata la più completa gamma di componenti ottici disponibile sul mercato.

Particolare attenzione il salone ha voluto dedicare ai prodotti a fibra ottica, ai componenti ottici attivi e passivi, all'opto-elettronica e alle apparecchiature per le trasmissioni ottiche.



PIACENZA SI PREPARA A EXPOLASER ED EXPOSTAMPO ++.

Sempre all'applicazione e all'utilizzo della tecnologia laser nell'industria è dedicata EXPOLaser, la fiera organizzata da PubliTec e Piacenza Expo ed in programma dal



17 al 19 novembre 2005, PubliTec, casa editrice di Applicazioni Laser, unica rivista italiana del settore, e di altre pubblicazioni tecniche in campo meccanico, dopo la felice esperienza con l'omonima Mostra-Convegno "EXPOLaser" svolta negli anni scorsi, dedicata alla tecnica laser applicata ai processi di taglio e saldatura dei materiali metallici e non,

propone, ora, in partnership con PiacenzaExpo, un evento fieristico allargato a tutti i processi e gli ambiti applicativi del laser nell'industria.

Il "laser" è, infatti, un "utensile universale" potenzialmente applicabile in ogni settore dell'industria. EXPOLaser vuole quindi dare visibilità alla tecnologia laser al servizio dell'industria che

vede, solo in Italia, oltre 40.000 aziende potenzialmente interessate al loro utilizzo.

EXPOLaser si rivolge a tutti gli utilizzatori di sistemi laser per l'industria che in Fiera possono toccare con mano le potenzialità dei differenti processi laser e trovare così risposte a qualsiasi esigenza; EXPOLaser è dunque una grande opportunità commer-

ciale per i produttori e i distributori di sistemi, soluzioni, sorgenti e attrezzature legate all'uso del laser da parte dell'industria.

All'esposizione si affianca un ricco e qualificato programma convegnistico che pone EXPOLaser anche come occasione di formazione, informazione e aggiornamento per tutti gli addetti ai lavori.

EXPOLaser si candida dunque quale principale riferimento italiano del settore.

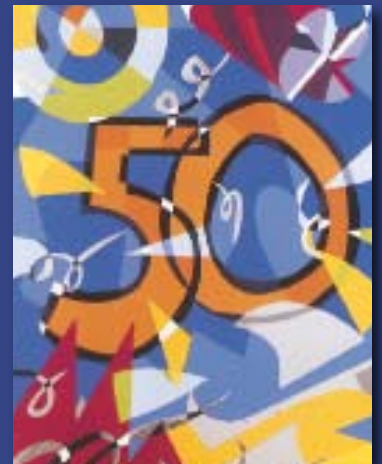
Ma, accanto ad EXPOLaser, negli stessi giorni di questa manifestazione, un altro evento avrà quale palcoscenico i padiglioni della Fiera di Piacenza. Si tratta di EXPOSTAMPO++, la mostra espressamente destinata a stampisti e modellisti.

Ad EXPOSTAMPO++ si potrà seguire l'intera filiera produttiva della costruzione di uno stampo: partendo dal design fino alla realizzazione del prodotto finito. EXPOSTAMPO++ ospiterà, infatti, macchine utensili (fresatrici e centri di lavoro, torni, rettificatrici, macchine per elettroerosione), utensili, sistemi CAD/CAM, macchine di misura, macchine laser (per saldatura e per pulizia stampi), materiali per stampi, componenti normalizzati, accessori e attrezzature, macchine di prototipazione e attrezzaggi rapidi. Durante i tre giorni di manifestazione sarà quindi possibile verificare lo stato dell'arte di un comparto manifatturiero che

nel corso degli anni ha assunto particolare importanza per l'industria meccanica italiana e non solo.

IN VETRINA SILMAX FESTEGGIA

I SUOI PRIMI 50 ANNI.

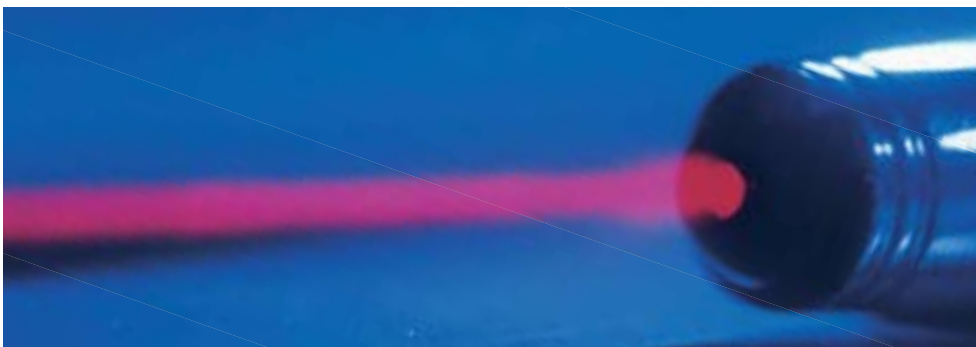


Una giornata all'insegna delle nuove frontiere della ricerca e delle applicazioni, ma anche ricca di storia, arte e cultura.

Così SILMAX ha deciso di festeggiare i propri 50 anni di attività, con una manifestazione capace di concentrare al proprio interno aspetti diversi ed offrire un'immagine a 360 gradi di questa azienda, ai vertici mondiali della tecnologia applicata agli utensili da taglio.

Tre i momenti della giornata. Alla mattina gli interventi del presidente SILMAX ing. Enrico Fumagalli, del ricercatore di Scienza dei materiali e ingegneria chimica al politecnico di Torino Giovanni Maizza sul tema "Dal nanomondo dei materiali al mondo reale delle applicazioni" e dell'artista Ugo Nespolo.

Quindi la visita allo stabilimento di Lanzo Torinese e al museo che documenta la storia della ricerca aziendale e delle principali applicazioni. Infine, nel pomeriggio, il momento culturale, con la visita alla Reggia di Venaria, una fra le più belle residenze della dinastia sabauda.



LA NUOVA FIERA DI MILANO: OCCASIONE PER TUTTO IL PAESE

Luigi Roth, presidente della Fondazione Fiera di Milano, racconta la sua scommessa per rilanciare il sistema fieristico lombardo. Una realtà che, a regime, saprà produrre ricchezza per oltre 4 miliardi di Euro, dando lavoro a ben 42 mila persone.



IL PROFILO.

Luigi Roth, presidente della Fondazione Fiera di Milano, è nato a Milano, il 1° novembre 1940, è sposato ed è padre di tre figlie. Laureatosi nel 1964 in Economia e Commercio all'Università Bocconi di Milano, Roth ha iniziato la sua carriera professionale nel gruppo Pirelli rimanendovi fino a metà anni Ottanta quando è passato alla Breda: prima come amministratore della finanziaria "Ernesto Breda" e poi, dal 1993, come presidente della Breda Costruzioni Ferroviarie Spa dove è rimasto fino al 2001. Nel gennaio 2001 è diventato presidente di Fondazione Fiera Milano, azionista di controllo di tutto il gruppo Fiera Milano e azionista di maggioranza relativa di Villa Erba. Dal 2004 ha assunto anche la vice-presidenza della Cassa Depositi e Prestiti Spa. È Gentiluomo del Papa, medaglia d'oro del Comune di Milano e cavaliere del lavoro della Repubblica italiana. Oltre a questo, Luigi Roth trova il tempo per l'impegno del sociale. È infatti anche presidente della Fondazione Menotti-Tettamanti che opera presso l'ospedale di Monza e si occupa dello studio sulle leucemie infantili.

Presidente, come è nata l'idea di trasformare il sistema fieristico milanese?

Lo spostamento della struttura espositiva lontana dal centro della città e l'aumento degli spazi espositivi di Fiera Milano sono progetti già nell'aria sin dagli anni Sessanta, con differenti ipotesi al vaglio. Il progetto comincia poi a concretizzarsi con l'Accordo di Programma del 1994, che prevede la costruzione di un nuovo insediamento fieristico. Da quel momento, grazie anche al passaggio delle competenze "fieristiche" dallo Stato alle regioni, il progetto prende un'accelerazione decisiva. Nel 1997 inizia un primo allargamento con i tre nuovi

"Il cambiamento iniziale è servito a dare a Fondazione Fiera Milano una funzione imprenditoriale. Questo ha rafforzato il ruolo della Fiera, sia come soggetto economico che incide positivamente nell'andamento dell'economia della regione e del Paese, sia come promotore di iniziative di sviluppo autonome e insieme coordinate con le istituzioni, nell'interesse della collettività".

padiglioni del Portello, la "stecca" che si collega al quadrilatero della Fiera e si allunga verso nord ovest, in direzione delle autostrade. Utile in quel momento, ma che avrebbe fatto fronte solo parzialmente al problema: anche con questa aggiunta, infatti, non potevano essere soddisfatte del tutto le crescenti esigenze di funzionalit  e di modernizzazione dell'impianto; e restava in ogni caso aperta la questione della viabilit  cittadina e della mancanza di parcheggi.

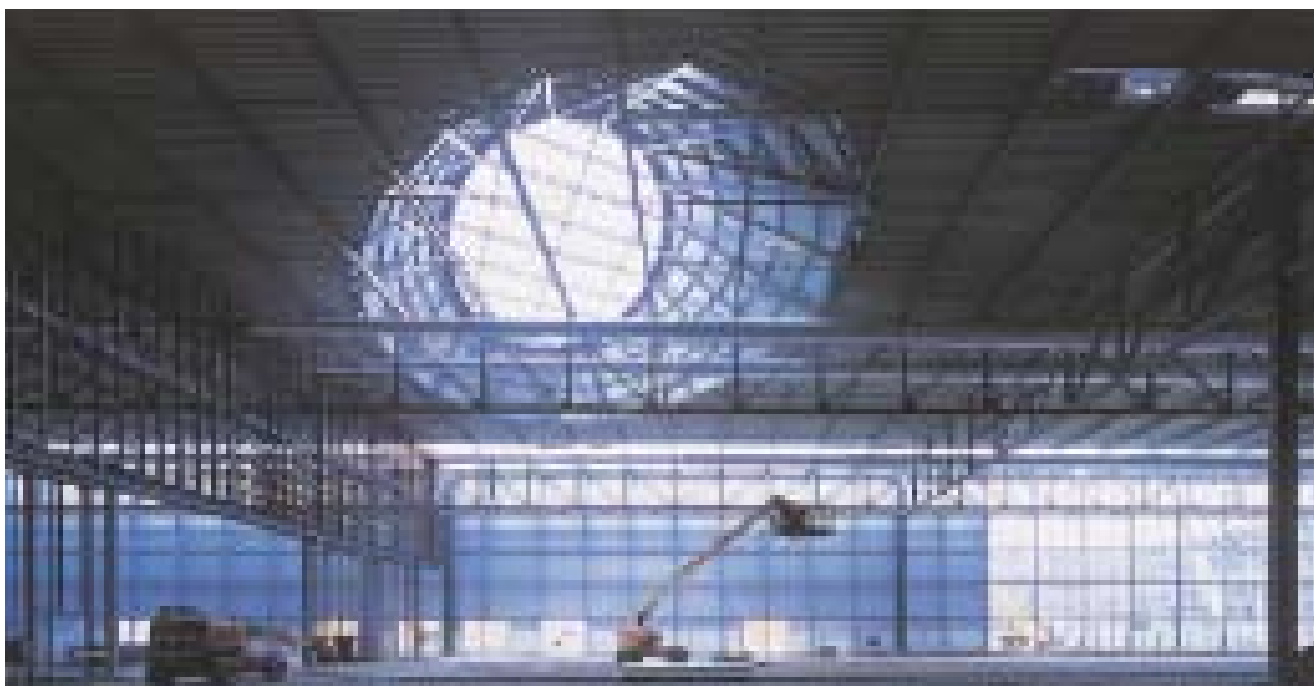
All'avvio del progetto, la vecchia Fiera di Milano ha cambiato il suo assetto societario. Che cos'è oggi il Gruppo Fondazione Fiera Milano? Quali le ragioni del cambiamento?

Nel 2000, con l'appoggio della Regione Lombardia, viene creata Fondazione Fiera Milano, una fondazione di diritto privato che nasce dall'Ente Autonomo Fiera Internazionale di Milano. Cos  il vecchio Ente Fiera diventa un Gruppo, suddiviso in due realt  distinte: Fondazione Fiera Milano, holding capogruppo, e Fiera Milano Spa, operativa nella gestione del sistema fieristico (quasi 80 manifestazioni all'anno, con oltre 30.000 espositori e oltre 4,5 milioni di visitatori). Poco dopo



TUTTI I NUMERI DELLA NUOVA FIERA.

L'investimento ammonta a 750 milioni di euro incluso l'acquisto dei terreni. La superficie fondiaria è complessivamente di 2 milioni di metri quadrati. La lunghezza dell'asse centrale è di 1.300 metri mentre la larghezza media dell'asse centrale è di 32 metri (41 alle estremità). Il perimetro del Nuovo Polo è di circa 5 chilometri. Immaginate un palazzo di 100 piani, riempitelo di terra e avrete la quantità di terreno bonificato con l'intervento. Aggiungete poi 2500 nuovi alberi e un'area a verde pubblico di 180.000 metri quadrati. Per immaginare la portata dell'intervento edilizio, invece, va anche detto che si sono utilizzati 2500 chilometri di cavi pari a due volte la lunghezza del perimetro dell'Italia. Le strutture in acciaio, 77 mila tonnellate, basterebbero a costruire 10 Tour Eiffel, le strutture in calcestruzzo sono state di 440 metri cubi mentre quelle vetrate di 200 mila metri quadrati. Ognuno degli otto padiglioni è grande come Piazza San Pietro a Roma mentre 20 mila sono i parcheggi realizzati e 7 mila i punti luce interni. All'intera opera hanno lavorato 9300 operai provenienti da 62 Paesi differenti. L'avanzamento dei lavori è stato di un metro quadrato al minuto per circa 10 milioni di ore complessive. Oltre 300 le imprese che hanno lavorato in cantiere: 3 mila i disegni per il progetto esecutivo mentre 20 mila per i progetti costruttivi.



nasce Sviluppo Sistema Fiera, società di engineering e contracting per grandi opere e valorizzazioni territoriali, creata allo scopo di seguire l'intero processo di trasformazione del sistema fieristico milanese: la realizzazione del Nuovo Polo di Rho-Pero, la riqualificazione di parte del quartiere storico a Milano e il nuovo assetto del Polo Urbano. Il cambiamento iniziale è servito a dare a Fondazione Fiera Milano una funzione imprenditoriale. Questo ha rafforzato il ruolo della Fiera, sia come soggetto economico che incide positivamente nell'andamento dell'economia della regione e del Paese, sia come promotore di iniziative di sviluppo autonome e insieme coordinate con le istituzioni, nell'interesse della collettività.

Come si è trasformata la Fiera di Milano?

Quella della Fiera è una realtà che merita attenzione, innanzitutto perché rappresenta, grazie al suo indotto, il primo operatore economico lombardo. E poi perché è un'azienda che incide sui fattori di sviluppo della città di Milano: il territorio e la vita dei cittadini, la cultura, la società, le imprese. Per continuare a crescere, ha dovuto affrontare un grande cambiamento: in primis lo spostamento della maggior parte dell'attività fieristica nell'immediata provincia milanese, in una nuova struttura più grande e funzionale, oggi completata: il Nuovo Polo a Rho-Pero. Una parte della Fiera attuale, invece, resta a Milano, a ospitare manifestazioni fieristiche più "leggere" quanto a impatto sulla città, mentre l'altra parte viene dismessa e ceduta a partire dal 2006, dopo il trasloco della Fiera. Al suo posto, CityLife, il raggruppamento di imprese e progettisti vincitore della gara internazionale lanciata per l'area, realizzerà entro il 2014 un progetto urbanistico inno-

"L'investimento di Fondazione Fiera Milano è stato ingente, perché il Nuovo Polo è un progetto totalmente autofinanziato. Abbiamo stimato un investimento di circa 900 milioni di euro, interamente a carico della Fondazione, che comprende la realizzazione del Nuovo Polo, l'acquisto delle aree di Rho-Pero e il trasferimento dell'attività fieristica da Milano al Nuovo Polo.



vativo per Milano, il cui simbolo sono diventati i tre grattacieli circondati da vetro e da acqua.

Quali risultati economici sono previsti per il futuro della Fiera, una volta ultimata?

Nella trasformazione ha certamente giocato un ruolo chiave l'interesse per lo sviluppo del business fieristico: l'obiettivo è dunque di incrementare sia il portafoglio di fiere ospitate a Fiera Milano, uno dei più grandi operatori economici lombardi, sia la ricaduta economica diretta sul territorio, che oggi è di oltre 2 miliardi di euro l'anno. Da alcuni studi fatti da Fondazione Fiera Milano insieme con il CERTeT (Centro di Economia,

Regionale, Trasporto e Turismo) dell'Università Bocconi, il sistema espositivo organizzato su due poli (il Nuovo Polo in costruzione a Rho-Pero e il Polo Urbano a Milano) a regime produrrà ricchezza a livello regionale per 4,3 miliardi di euro, attivando oltre 42.700 posti di lavoro.

A quanto ammontano gli investimenti impiegati nella trasformazione?

L'investimento di Fondazione Fiera Milano è stato ingente, perché il Nuovo Polo è un progetto totalmente autofinanziato. Abbiamo stimato un investimento di circa 900 milioni di euro, interamente a carico della Fondazione, che comprende la realizzazione del Nuovo Polo, l'acquisto delle aree di Rho-Pero e il trasferimento dell'attività fieristica da Milano al Nuovo Polo. Le linee di credito ci sono state concesse da un pool di banche guidato da Banca Intesa, e le sue fonti di rimborso sono collegate, oltre alla capacità di autofinanziamento derivante dalla gestione ordinaria, a operazioni straordinarie quali gli introiti ottenuti dalla quota OPV e OPS della quotazione

in borsa di Fiera Milano Spa e dalla vendita di circa due terzi dell'attuale quartiere espositivo.

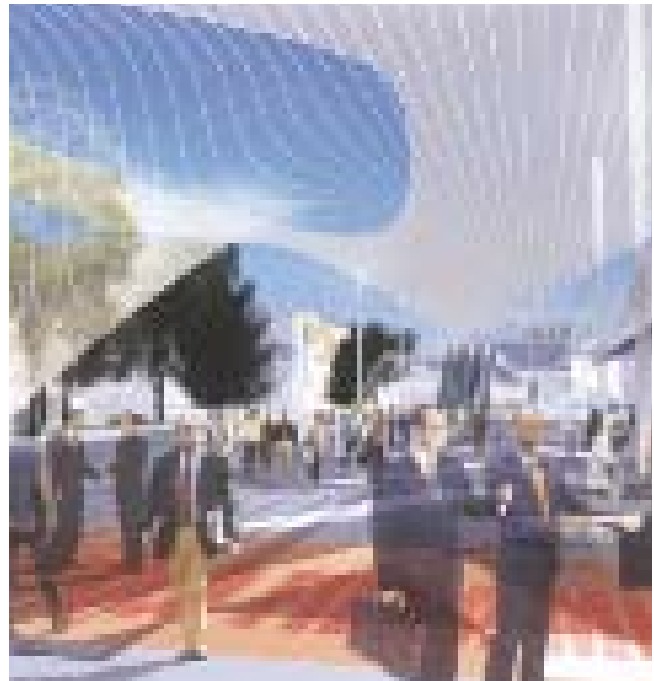
Fiera Milano come motore di sviluppo sul territorio. Qual'è il rapporto oggi di Fondazione Fiera con la città di Milano e con il suo intorno?

In quasi un secolo di vita, crescendo fino a raggiungere le dimensioni di oggi, la Fiera è diventata un meccanismo sempre più complesso, da governare con grande equilibrio in tutte le sue manifestazioni. E poi è una delle istituzioni che più caratterizzano Milano, dopo il Duomo e la Scala: come si può non desiderare che la Fiera cresca, che faccia un salto di qualità a livello internazionale? Anche dal nuovo sistema fieristico milanese comincia il rilancio di Milano: un fattore di accelerazione e di rinnovamento di una comunità che non è più soltanto Milano o la Lombardia, ma l'Italia intera. La chiave di interpretazione vincente è stata capire che, più che di "fiera" in senso stretto, ci saremmo dovuti occupare di territorio. Di crescita in rete, di economia del territorio e delle sue relazioni. Sarebbe stato fuorviante partire da un approccio aziendale, da "fieristi"; ovvero pensare prima all'impresa. Un errore tanto più grave perché la fiera a sua volta si occupa di altre imprese, "produce" indotto, innovazione, scambi, cultura: una rete complessa che sviluppa a livello locale un forte indotto diretto e rappresenta un centro di competitività per il Paese, a livello internazionale. In sostanza, un soggetto "incubatore di progetti".

Milano ha superato la sua crisi d'identità? Nel paragone con altre metropoli europee in che cosa consiste la sua peculiarità? Come la Fiera vuole documentarla?

La scelta di intraprendere, come Fondazione Fiera Milano, il processo di trasformazione del sistema fieristico milanese è nata anche dall'esigenza di fare qualcosa per Milano. Una città che ha rischiato di essere una grande esclusa dai circuiti internazionali, oltre che di perdere posizioni rispetto alle altre città italiane, sia in termini di vivibilità, sia di cultura ma soprattutto in termini di attrattività economica. Perché Milano vive sul mondo degli affari e della finanza; è una città del business, dove, tra gli altri snodi d'eccellenza, svolge un ruolo rilevante proprio la macchina della Fiera. Un ruolo di eccellenza da oltre ottant'anni, in cui l'evoluzione della cultura dello scambio fieristico si è intrecciata con la storia d'Italia e dei suoi contatti col resto del mondo.

Oggi il Nuovo Polo di Fiera Milano è ultimato e ospita le prime manifestazioni.



Da domani inizia il trasloco graduale di tutte le grandi manifestazioni di Fiera Milano, e il sistema comincerà a operare a regime.

Quali sono stati i fattori di successo dell'operazione?

Innanzitutto il metodo: Fondazione Fiera Milano interagisce con il territorio utilizzando un modello di business "a rete" e al tempo stesso un modello innovativo di gestione delle grandi opere. Un sistema di alleanze tra soggetti economici contigui e rappresentanze istituzionali, in cui ciascuno ha dato il proprio contributo e ricevuto dei vantaggi in termini di sviluppo o di governance del territorio. Un metodo che ha permesso a Fondazione Fiera Milano di tenere le fila di un progetto tanto articolato e complesso, da trasformare radicalmente il territorio, l'economia e la società della sua Regione.

Tutto questo si è reso possibile per due ragioni: in primo luogo grazie a un rapporto di sussidiarietà reale tra la Fiera e i suoi referenti istituzionali intesa come collaborazione tra soggetti e non di delega al privato di ciò che lo Stato o gli enti locali da soli non riescono a fare. In secondo luogo ha contato molto il ruolo attivo della finanza, che ha reso possibile questo progetto dandogli fiducia. È una nuova finanza, quella cui viene richiesto di intervenire sui grandi progetti con un capitale di rischio facendo rispettare risultati e conti economici; una finanza che ha dato fiducia a una forma di imprenditoria sana, ai suoi metodi trasparenti.



“La chiave di interpretazione vincente è stata capire che, più che di “fiera” in senso stretto, ci saremmo dovuti occupare di territorio. Di crescita in rete, di economia del territorio e delle sue relazioni. Sarebbe stato fuorviante partire da un approccio aziendale. Un errore tanto più grave perché la fiera è alla base di una rete complessa che sviluppa a livello locale un forte indotto diretto e rappresenta un centro di competitività per il Paese, a livello internazionale. In sostanza, un soggetto “incubatore di progetti”.

Andrea Morleo



WWW.USAG.IT SI RINNOVA PER OFFRIRE ULTERIORI SERVIZI A TUTTI I PROFESSIONISTI DI SETTORE.

USAG, azienda leader nella produzione di utensili a mano di tipo professionale, da sempre attenta a fornire ai propri clienti non solo prodotti tecnologicamente avanzati ma anche servizi mirati alle specifiche esigenze, rinnova totalmente il suo sito **www.usag.it**.

Con una nuova grafica, nuove funzionalità e nuovi contenuti, **www.usag.it** diventa così un vero e proprio portale di riferimento per i professionisti di settore in grado di fornire un servizio a 360 gradi.

Il nuovo **www.usag.it** si presenta agli occhi dell'utente aggiornato e rinnovato già a partire dalla home page, ridisegnata per permettere una facile consultazione. Da oggi l'utente professionale può selezionare l'area di proprio interesse già in home page e trovare, così, la risposta alle sue esigenze senza perdere tempo in ricerche dispersive.

In particolare il Catalogo Generale USAG, insostituibile strumento di lavoro e punto di riferimento nella documentazione tecnica del settore, è accessibile dalla home page con diverse modalità: attraverso l'indice alfabetico dei prodotti, l'indice dei capitoli delle specifiche categorie e grazie al motore di ricerca, che consente di trovare, in pochi secondi, l'utensile di proprio interesse.

Sono state completamente rinnovate, sia nella grafica che nei contenuti, anche le Schede prodotto. Le nuove schede, complete di foto dell'utensile e del disegno tecnico, forniscono tutti gli elementi per apprendere le caratteristiche dello stesso: dalla descrizione tecnica, al dettaglio della famiglia di appartenenza, all'indicazione del relativo prezzo (con riferimento all'eventuale presenza di promozioni). Attraverso le schede prodotto è possibile accedere al servizio Fogli di istruzione, grazie al quale l'utente può consultare e scaricare le istruzioni di utilizzo dell'utensile USAG prescelto.

USAG ha inoltre creato anche una Sezione FAQ tecniche, che consente all'utilizzatore di conoscere le risposte ai quesiti più frequenti che riguardano i singoli prodotti. In questo modo il professionista di settore può disporre di tutte le informazioni relative agli utensili USAG ed è in grado di decidere, in pochi istanti, quale prodotto acquistare.

www.usag.it consente, inoltre, di creare una lista di preferenze grazie alla quale l'utente può selezionare gli utensili desiderati, inserirli in un "basket" e inviare la lista dei prodotti scelti al rivenditore più vicino.

Un ulteriore segno della vicinanza di **www.usag.it** al proprio mercato è la nuova area "Le persone": il professionista può dialogare sia via email che al telefono con l'azienda che risponde tempestivamente a qualsiasi richiesta e necessità.

I distributori, gli utilizzatori professionali, gli hobbisti e gli appassionati possono, infine, consultare l'area Servizi, entrare nella sezione a loro dedicata e conoscere tutti i servizi offerti da USAG.



NUOVO NOIL: ARIA PURIFICATA NEGLI AMBIENTI DI LAVORO.

Il nuovo gruppo Noil è stato concepito da **Coral** sia per purificare l'aria negli ambienti di lavoro ove si producono nebbie oleose, sia per recuperare l'olio e le emulsioni filtrate, consentendone il riciclo.

Le sue applicazioni sono:

- industria meccanica: torni per operazioni multiple, macchine filettatrici, dentatrici, rettificatrici, stampatrici a freddo, ecc.
- industria grafica: rotativa tipografica per giornali, ecc.
- industria alimentare: nebulizzatori d'olio vegetale, macchine per la lavorazione della pasta, ecc.
- altri settori: turbine, compressori, pompe, lubrificatrici, nebulizzatori, ecc.

Grazie all'impiego di un prefiltro in cellulosa e di un filtro in poliestere, viene garantito un alto rendimento di captazione delle particelle oleose, il cui valore medio è pari al 98%. L'aria purificata viene quindi riciclata nell'ambiente di lavoro.

L'olio e le emulsioni filtrate si raccolgono nella parte inferiore del separatore e fuoriescono quindi dall'apposita bocca di scarico. Viene così garantito il recupero pressoché totale e quindi il relativo riciclo.

Il separatore Noil si presenta estremamente compatto grazie all'installazione interna dell'elettroventilatore. Ciò consente una facile adattabilità a qualsiasi macchina utensile.



PFERD



Alta qualità e rendimento

UTENSILI per limare, fresare, smerigliare, polire e tagliare.



PFERD – Giolo srl

Via G. d. Vittorio, 33/7-9 · 20068 Peschiera Borromeo (Mi)
Tel: 02/55 30 24 86 · Fax: 02/55 30 25 18 · e-mail: info@pferd.it

tellure Rôta **RUOTE SERIE 61 TELLURE RÔTA: LA SOLUZIONE GIUSTA PER AMBIENTI CON AGGRESSIVI CHIMICI.**

Le ruote della serie 61 Tellure Rôta, con rivestimento in poliuretano iniettato di colore blu, sono perfette per l'impiego nell'industria alimentare, in ambienti umidi ed in generale in presenza di agenti chimici aggressivi.

L'aggancio tra il rivestimento e il nucleo è realizzato sia meccanicamente, sia attraverso il legame chimico diretto fra i due materiali, senza fare uso di adesivi; in questo modo sono garantite elevate prestazioni e durata della ruota anche in presenza di agenti aggressivi chimici nell'ambiente.

Il nucleo liscio ed uniforme, inoltre, riduce il rischio di accumulo di sporcizia in zone di difficile accesso, facilitando in questo modo le operazioni di lavaggio.

Nell'ottica dell'ottimizzazione delle prestazioni di ciascun prodotto, Tellure Rôta ha modificato nel corso del 2005 la propria serie 61, introducendo due importanti novità:

- **nucleo in poliammide 6:** rispetto al materiale termoplastico usato precedentemente, il poliammide 6 presenta un'ancora migliore resistenza meccanica all'umidità ed agli agenti chimici aggressivi, e rende quindi la serie 61 particolarmente idonea per l'utilizzo in industrie alimentari, chimiche e conciarie

- **nuovo profilo della ruota:** il nuovo battistrada bombato ottimizza le caratteristiche di scorrevolezza.

Le ruote della serie 61 sono disponibili anche montate con supporti Tellure Rôta tipo NLX e PX, in acciaio inossidabile AISI 304. In ambienti caratterizzati da un alto livello di umidità, l'acciaio inossidabile è l'unico in grado di garantire una sicura resistenza nel tempo senza subire ossidazione. I supporti Tellure Rôta tipo NLX e PX sono in questo senso estremamente affidabili, perché tutti i componenti del supporto, anche nelle versioni con freno, sono in acciaio inox.



ARIANA

Industrie GmbH Marketing



R-3000

Vantaggi decisivi con impianto di trattamento

R-3000
riciclaggio emulsione 550 l/h

R-2000
riciclaggio emulsione 350 l/h

- elimina oli e sostanze estranee contemporaneamente
- lavora autonomamente in bypass senza utilizzo di personale
- inibisce la formazione di odori e pericolo d'infezioni
- aumenta la durata degli utensili
- versatile e compatto, è facile da trasportare da macchina a macchina
- alta capacità di flusso per tempo di utilizzo ridotti
- ugello di aspirazione flessibile galleggiante e regolabile
- galleggiante per vasche in movimento



R-2000

L'Ariana è diventata una delle prime industrie nel settore tubi di raffreddamento snodabili

Ariana è la sola azienda al mondo dove tutta la gamma della linea Cool-Line è compatibile al 80% con altri sistemi, senza aver bisogno di adattori

Ariana offre un vasto supporto tecnico e va incontro alle esigenze del cliente

Cool-Line



ARIANA

Industrie GmbH Marketing
Zum Lausbühl 3
D-79227 Schallstadt (Germania)
Tel. 0049 (0)7664 / 50 99 00-0
Fax 0049 (0)76 64 / 50 99 00-99
info@ariana-industrie.de
www.ariana-industrie.de



Il consorzio dei grandi marchi



Cod. 29.04

STANLEY MISURATORE LASER STANLEY DME 100.

Il nuovo misuratore laser Stanley DME 100 è uno strumento preciso e semplice all'uso. Oltre alla misura delle distanze, consente il calcolo delle superfici, dei volumi e la stima delle altezze (funzione "Pitagora").

Misura da 20 cm a 200 metri, con precisione tipica di ± 3 mm (a grandi distanze ± 5 mm). Ha livella incorporata e base orientabile, attacco per treppiede.

Tra le funzioni supplementari, la misura continua, il tracciamento minimo e massimo, l'autoscatto e la funzione di calcolo.

È lo strumento ideale per fare preventivi, è leggero, antichoc, compatto, con menu ed utilizzo semplice ed efficace. Ideale per architetti, ingegneri, agenti immobiliari, decoratori, falegnami, posatori di lastre di gesso rivestito, piastrellisti, ecc.

Dimensioni: cm. 172x73x44 mm. - Peso: 325 gr.



Cod. 29.05

MASCHERPA DA MOLYKOTE UNA LINEA COMPLETA DI LUBRIFICANTI INDUSTRIALI AFFIDABILI E SISTEMI AUTOMATICI DI LUBRIFICAZIONE.

I grassi lubrificanti Molykote di Dow Corning sono stati studiati per soddisfare tutti i possibili requisiti tecnici della lubrificazione dei cuscinetti. Molti di questi grassi sono la più recente aggiunta ad una delle gamme più vaste e complete di lubrificanti industriali ad elevate prestazioni disponibili sul mercato da un unico produttore globale.

Dai minerali a quelli sintetici, i lubrificanti Molykote sono la miglior risposta per le applicazioni in alta o bassa temperatura, in possibile contatto con gli alimenti, con carichi molto elevati, con alta velocità, a basso rumore o in cui è richiesta la resistenza agli agenti chimici e all'acqua.

Possono essere usati in motori elettrici, pompe, sistemi di ventilazione, macchine movimento terra, trasportatori, gru, ecc. nella maggior parte dell'industrie come: acciaierie e lavorazione dei metalli, stampaggio plastica, cartiere, tessili, alimentari, chimiche, cementifici, cave, centrali elettriche e dell'auto. In tutte queste industrie non è sufficiente avere il lubrificante idoneo, ma anche il sistema di applicazione più adatto per raggiungere il punto di lubrificazione.

Per questa ragione Dow Corning insieme a Perma-Tec ha realizzato una soluzione avanzata ed affidabile per un'erogazione regolata e controllata di lubrificante nel punto di lubrificazione.

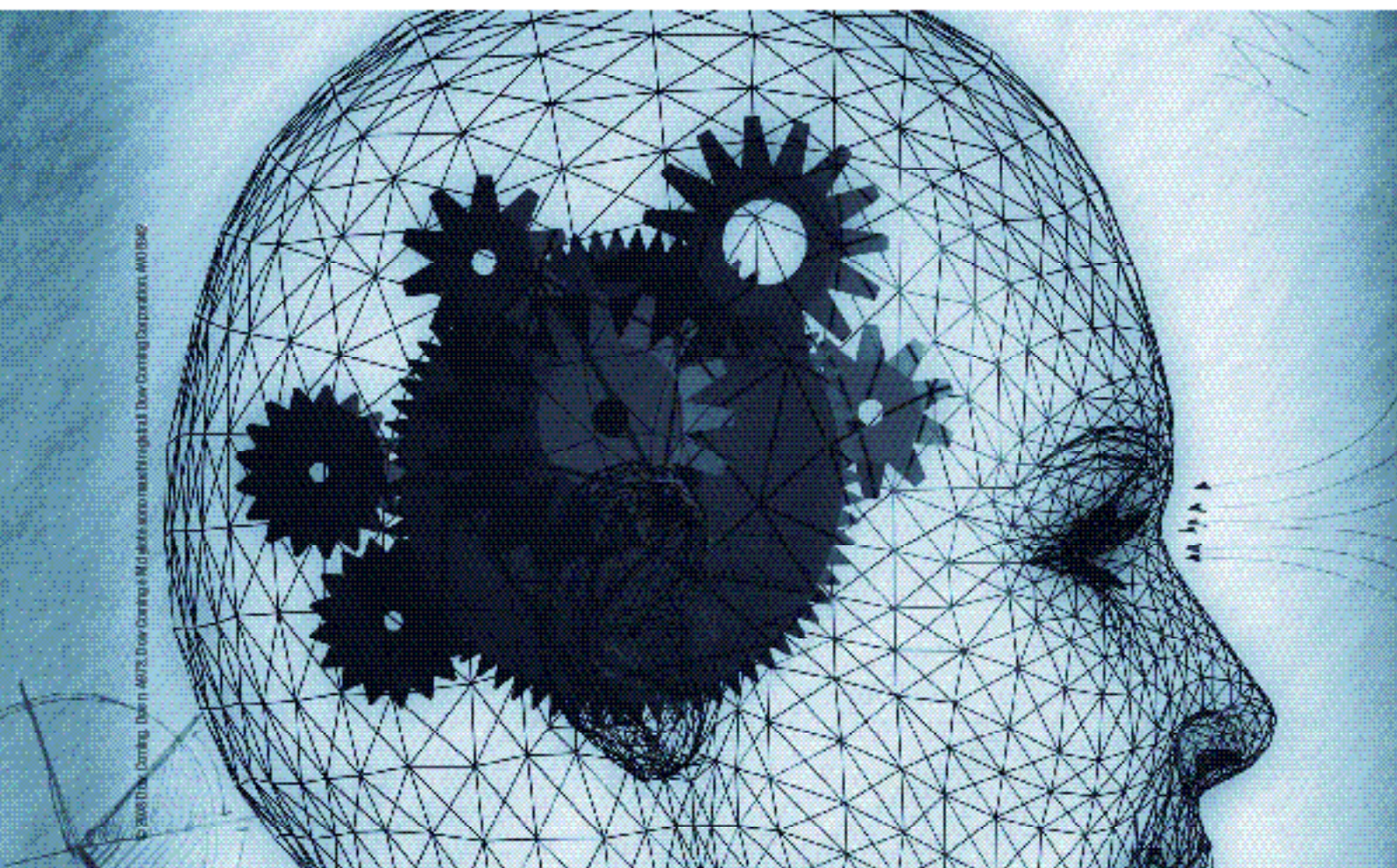
L'accordo di cooperazione con Perma-Tec prevede l'utilizzo del sistema Perma STAR VARIO per l'erogazione di tutti i grassi speciali Molykote, compresa la recente famiglia di 8 nuovi grassi per cuscinetti e di minimizzare l'influenza della temperatura ambientale sul lubrificatore.

Il Perma STAR VARIO consiste di un'unità chiamata LC (cartuccia di lubrificazione) e di un sistema di attivazione elettromeccanico (con batteria intercambiabile). Il sistema elettromeccanico genera la pressione (valvola di controllo regolata a massimo 5 bar), che con un pistone spinge fuori il grasso nel punto di lubrificazione.

Il sistema opera in automatico e indipendentemente dalla temperatura. Il suo vantaggio principale è la precisione di erogazione. I grassi Molykote sono offerti in 2 diverse unità LC, da 120cc e 250cc. Ciascuna può essere programmata per erogare il proprio contenuto in 1,3,6 o 12 mesi; semplicemente variando la configurazione dell'interruttore nel sistema di azionamento. Ciò rende il sistema Molykote-Perma una soluzione unica per una grande varietà di requisiti tecnici di lubrificazione. L'unità di azionamento è intercambiabile con entrambe le cartucce e può essere sostituita sul posto.

È per altro importante ricordare come oltre il 50% delle rotture premature dei cuscinetti siano causate da problemi di lubrificazione (lubrificante non adatto, lubrificante insufficiente, lubrificante invecchiato, contaminazione). Con i lubrificanti Molykote-Perma i fermi di produzione causati da incorretto o insufficiente lubrificante possono essere facilmente ed economicamente evitati e la produttività e l'efficienza economica delle linee di produzione incrementate.

I NOSTRI INGRANAGGI SONO SEMPRE IN MOVIMENTO



© 2008 Dow Corning. Tutti i diritti sono riservati. Dow Corning Corporation, 4801 BSAE

Se i lubrificanti vi stanno a cuore come a noi, anche la vostra mente è sempre alla ricerca di nuove idee. Qui alla Molykote non ci fermiamo mai, tanto che anche adesso stiamo progettando nuovi lubrificanti innovativi.

Ed è proprio la passione per l'innovazione e l'esperienza tecnica di Dow Corning ciò che rende "intelligenti" questi lubrificanti, che offrono prestazioni di gran lunga superiori a molti prodotti standard proprio perché sono progettati a livello molecolare.

Guida alla risoluzione dei problemi gratuita. Adesso, potrete trovare una soluzione a ben 101 tra i problemi di lubrificazione più comuni grazie alla nuova Guida alla risoluzione dei problemi Molykote, intitolata "101 Suggerimenti per una lubrificazione ottimale" e disponibile su Internet. Per scaricarla, basta visitare il sito www.molykotetips.com. Gli ingranaggi Molykote sono sempre in movimento e, con i nostri prodotti, lo saranno anche i vostri.



In Italia:
MASCHERPA
www.mascherpa.it

MOLYKOTE

Soluzioni Dow Corning per una lubrificazione intelligente



BOSCH

NUOVA GAMMA DI SMERIGLIATRICI ANGOLARI GWS 21-26 PROFESSIONAL CON DOPPIO VIBRATION CONTROL.

BOSCH ha introdotto sul mercato come novità mondiale le prime smerigliatrici angolari dotate del dispositivo "vibration control", oltre che sull'impugnatura laterale, anche su quella principale.

Si tratta, come detto, di un'innovazione che conferma la continua ricerca BOSCH a favore di un utilizzo sempre più confortevole e sicuro dei propri prodotti. Già nel 2002, infatti, BOSCH aveva per prima ridotto le vibrazioni sull'impugnatura laterale. Ora la rivoluzione è completata.

Questa novità compare sulle nuove smerigliatrici angolari della serie GWS 21 - 26 Professional: macchine estremamente versatili, adatte per ogni occasione. In particolare:

- la GWS 21 è la versione compatta e potente
- la GWS 24 è l'utensile universale, con impugnatura a staffa girevole
- la GWS 26 è il pacchetto più potente per la massima forza di asportazione e avanzamento del lavoro.

Numerosi i punti di forza che questa nuova serie presenta. A cominciare dalla garanzia di una durata eccezionalmente lunga, insieme ad una potenza fino a 2.600 Watt: queste performances, rese possibili dall'impiego di validi componenti e dalla massima qualità dei materiali, sono il risultato di una ricerca e uno sviluppo decennali che consentono alle smerigliatrici angolari di nuova generazione di non arrestarsi neppure di fronte alle applicazioni più estreme.

L'impugnatura principale è collegata in modo sicuro alla carcassa del motore attraverso lo speciale elemento di sicurezza brevettato BOSCH con forza di trazione fino a 500 kg. Inoltre è essa facilmente regolabile con la sua rotazione senza l'uso di attrezzi, assicurando maggior flessibilità e velocità di impiego. Il massimo comfort di utilizzo è garantito anche dal dado di serraggio rapido SDS click, che consente di sostituire il disco in modo rapido, comodo e senza attrezzi.

Infine la cuffia di protezione girevole, anch'essa regolabile in modo semplice e rapido, consente al lavoratore di essere ancor più protetto. Grazie alla limitazione di spunto alla partenza, l'utensile dispone di un avviamento dolce: in questo modo non solo non è un problema lavorare in reti a bassa protezione, ma è possibile anche salire in modo controllato fino al numero di giri massimo.



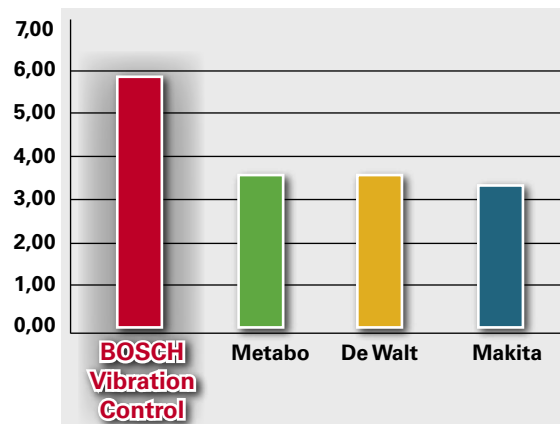
BOSCH

CON IL DOPPIO "VIBRATION CONTROL" VIBRAZIONI RIDOTTE FINO ALL'80 %.

Grazie all'applicazione del dispositivo "Vibration control" non solo sull'impugnatura supplementare ma anche su quella principale delle nuove smerigliatrici angolari con potenza dai 2.100 ai 2.600 Watt, vengono ridotte le vibrazioni trasmesse ad entrambe le mani fino all'80 per cento. Il risultato raggiunto porta l'utilizzatore ad operare ben al di sotto del valore limite di vibrazione - 5,0 m/s² (8h) - imposti dalla Direttiva Europea Vibrazioni 2002/44/CE per la protezione dai danni alla salute. Limiti che, se superati per un livello prolungato di tempo, espongono i lavoratori al rischio di incorrere nel "Fenomeno di Reynauld", meglio noto come "sindrome della mano bianca".

Questa normativa prevede quindi che i tempi di lavoro con ciascun apparecchio non conforme alle nuove disposizioni vengano notevolmente ridotti, con spreco di tempo e danni quindi alla produttività. BOSCH, rispettando già oggi le leggi di domani, rimane al di sotto dei valori limite espressi dalla normativa.

Le smerigliatrici angolari Bosch con doppia funzione Vibration Control permettono di aumentare la produttività ** fino al 60%

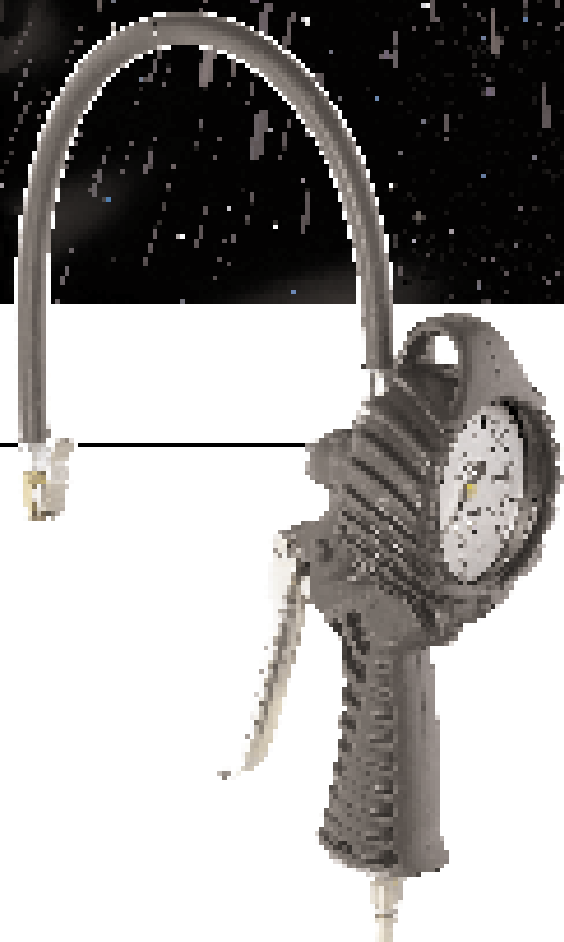


** Con produttività si intende il numero di ore di lavoro giornaliero consentite in condizioni di esposizione a vibrazioni pari a 5,0 m/sec² (8h)

Grafico da prove effettuate da IEC-Torino

Note: Per BOSCH media da valori delle macchine con doppio VIBRATION CONTROL testate; per gli altri marchi valore assoluto relativo alla miglior macchina tra quelle testate

**Qualunque
futuro,
comunque
ANI.**



**Nuova serie di pistole professionali
per gonfiaggio pneumatici.**

Omologate CEE.

**Manometro di massima precisione
diam. 60 o 80 mm, omologato CEE
con doppia protezione anti-shock.
Particolarmente adatta al gonfiaggio
con Azoto.**

**Rivestimento in gomma antiturbo e
antiscivolo.**



SPIRIT OF INNOVATION
www.ani.it

Officina Meccaniche ANI SpA -
Via Ardigò 108 - 38073 Cimango (VI)
Tel. +39 0444 430808 - Fax +39 0444 420020



**NUOVI BLOCCAGGI BREVETTATI DE-STA-CO:
LA NUOVA FRONTIERA DEL FISSAGGIO MANUALE.**

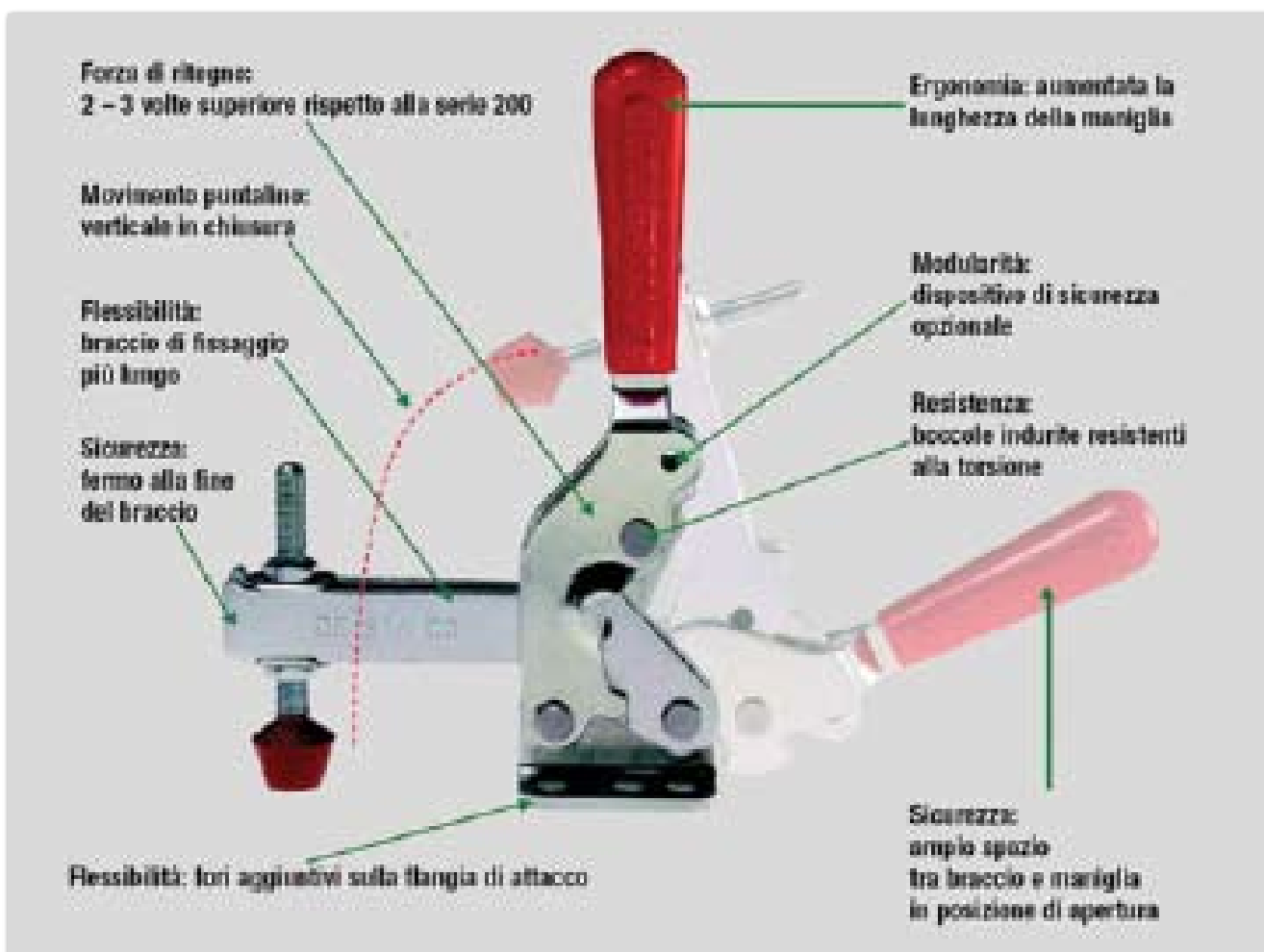
Sin da quando la DE-STA-CO ha brevettato il primo bloccaggio a ginocchiera, si è sempre dedicata allo sviluppo di nuove soluzioni di fissaggio. Ora, con l'introduzione dei nuovi bloccaggi manuali, che offrono una capacità di tenuta di ben due o tre volte superiore rispetto alla serie 200 pur mantenendo le stesse dimensioni, ha di fatto tracciato una nuova frontiera per il settore. Numerosi i vantaggi che questa nuova serie di bloccaggi manuali offre agli utilizzatori professionali:


- forza di ritegno di 2 – 3 volte superiore rispetto alla serie 200
- movimento del puntalino verticale in chiusura
- maggiore sicurezza grazie all'ampio spazio tra braccio e maniglia in posizione di apertura
- fermo alla fine del braccio
- braccio di fissaggio più lungo per una maggiore flessibilità
- fori aggiuntivi sulla flangia di attacco
- maggiore lunghezza della maniglia per una migliore ergonomia
- dispositivo di sicurezza opzionale
- rivetti in acciaio inox per ridurre l'usura
- boccole indurite resistenti alla torsione per aumentare il ciclo di vita dei rivetti.



La gamma più completa, la qualità più alta.
DE-STA-CO, tutto il valore di un leader mondiale.

Per informazioni: destaco@ibdonline.org





Stai pensando
agli adesivi?
Allora pensi
ad Araldite®.

Araldite offre una gamma di adesivi di alta qualità e ad elevate prestazioni. Disponiamo del prodotto giusto per tutte le applicazioni, indipendentemente dalla loro complessità. E, inoltre, abbiamo le conoscenze tecniche necessarie per aiutarvi con semplicità e sicurezza in tutte le fasi, dalla redazione di specifiche fino ai fini finali.

Per gli adesivi, pensate ad Araldite.

Araldite®
Adesivi strutturali

Per ulteriori informazioni, visitate il nostro sito Web ad Internet:
www.raisac.it/arpa.it

"SUPPLY CHAIN": UNA CATENA CHE DÀ VALORE ALLE IMPRESE

La collaborazione con altre aziende nella gestione della catena logistica è diventata una condizione necessaria per creare opportunità di successo.

24



UNA RIVOLUZIONE COPERNICANA.

Non tutto, ormai, si può far da soli. L'idea che le aziende riescano a trovare al loro interno tutte le risorse necessarie per migliorare la propria catena logistica è decisamente tramontata.

Si tratta di un modo di condurre l'impresa legata ormai al passato.

Nell'epoca del mercato globale e della strapotenza delle multinazionali il concetto di autarchica sopravvivenza è davvero obsoleto oltre che dannoso per il futuro dell'azienda stessa.

L'imperativo è sempre più quello di guardare all'esterno alla ricerca di alleanze e accordi perché da soli non ce la si può fare. Questa strategia presuppone, però, una svolta nel modo di concepire le aziende esterne: non più – o, meglio, non solo – come dei possibili concorrenti, ma anche come dei poten-

Affinché un accordo si trasformi effettivamente in qualcosa di profittevole per entrambi i soggetti interessati occorre che ci sia l'interesse effettivo tra le parti a portare avanti tale accordo nonostante le difficoltà.

ziali partner di alleanze strategiche per migliorare alcune criticità che l'azienda si trova a dover affrontare nel suo cammino di crescita.

L'INTERESSE CONCRETO DI SVILUPPARE AFFARI IN COMUNE.

In termini generali collaborazione significa "condivisione strategica e tattica

delle informazioni tra soggetti, con l'obiettivo di sviluppare un piano d'azione, come e attuarlo congiuntamente, spartendo rischi e benefici dell'azione". In sostanza due soggetti, in questo caso due aziende, si alleano e decidono in modo autonomo di intraprendere un cammino comune.

Questo concetto ha un presupposto fondamentale affinché un accordo si trasformi effettivamente in qualcosa di profittevole per entrambi i soggetti interessati.

La condizione necessaria – l'ingrediente fondamentale, potremmo dire – è che ci sia l'interesse effettivo tra le parti a portare avanti tale accordo nonostante le difficoltà. Può sembrare banale, ma nella pratica molte iniziative non sono mai diventate accordi di collaborazione effettiva proprio per la mancanza di un vero interesse dei soggetti. Al di là delle assicurazioni verbali - che, in effetti,

contano fino a un certo punto -, ci deve essere quindi una precisa volontà.

ALLEATI E NON PIÙ AVVERSARI.

Non basta verificare l'effettiva volontà di un'azienda di creare un'alleanza per porre le basi di una catena logistica. Un accordo di collaborazione si inserisce anche in un più ampio cambio di mentalità all'interno dell'azienda stessa. Tanto per cominciare bisogna testare il grado di fiducia che l'alleanza sprigiona. In un accordo quasi sempre si devono superare, almeno inizialmente, le normali riserve e resistenze che ogni azienda ha nei confronti di un soggetto esterno ad essa.

Tali resistenze, però, devono esaurirsi quanto presto se si vuole che l'accordo abbia i suoi frutti. E questo avverrà se si interviene sulla mentalità interna all'azienda.

Uno dei concetti più duri a morire, ad esempio, è quello che vede nei fornitori degli avversari, ai quali strappare il prezzo più basso nelle trattative.

Rapporti commerciali di questo tipo, impostati unicamente sul prezzo, non possono evidentemente essere la base di una buona collaborazione perché non tengono conto di altri importanti fattori quali la qualità, la puntualità, l'affidabilità - i quali non sono in alcun modo scontati.

Un altro fondamentale requisito per la creazione di rapporti di collaborazione duraturi è un piano d'azione condivisibile dalle parti. In altre parole l'azienda che propone l'alleanza deve anche essere in grado di identificare, articolare e vendere ai potenziali partner il valore di

Rapporti commerciali impostati unicamente sul prezzo non possono evidentemente essere la base di una buona collaborazione perché non tengono conto di altri importanti fattori quali la qualità, la puntualità, l'affidabilità - i quali non sono in alcun modo scontati.



quello che si vuole ottenere e i reciproci vantaggi dell'iniziativa.

INTERNET, UNA FORMA DI COLLABORAZIONE RECENTE.

Sul mercato esistono forme di collaborazione diverse. Una delle più recenti è legata all'utilizzo delle tecnologie informatiche e di Internet come veicolo di scambio di dati e informazioni. Nei progetti di collaborazione in questo settore si hanno, in genere, degli obiettivi abbastanza simili: l'utilizzo di interfacce Web based; lo sviluppo di processi standardizzati di scambio di informazioni; la ricerca di dati in tempo reale; la ricerca di modalità di transazione paperless. Di solito questo tipo di accordi si prestano ad essere realizzati anche da aziende medio-piccole e, in genere, si sviluppano in tre fasi a seconda del grado di complessità della collaborazione stessa.

Un primo livello dove si assiste al solo scambio di informazioni di cui, però, non si svela l'uso che ne verrà fatto. Un secondo livello presuppone una comunicazione bidirezionale con scambio di informazioni reciproche.

Mentre nel terzo livello le aziende elaborano piani strategici comuni diretti a conoscere le evoluzioni della domanda del mercato del cliente (demand collaboration), oppure diretti a condividere con il fornitore le previsioni di rifornimento del magazzino (supply collaboration) o infine a collaborare nella progettazione di parti e assiemi (design collaboration).

UN CASO EMBLEMATICO: LE SCORTE.

Le scorte di magazzino, si sa, sono uno di quei settori in cui è maggiormente prevedere l'andamento.

Ecco perché in questo caso la collaborazione tra imprese risulta di successo.

È infatti sufficiente che alcuni fornitori e un unico cliente si mettano d'accordo per sviluppare in maniera congiunta previsioni della domanda per accrescere la fiducia nella capacità revisionale del sistema e ridurre la tendenza ad accumulare scorte sia nel cliente che nei fornitori.

Non solo: questo tipo di accordo permette anche di aggiustare le frequenze degli ordini e dei riordini, di ritoccare i tempi di consegna.

Un caso esemplificativo è anche quello di alcune aziende produttive e commerciali che hanno scelto Internet per acquistare i cosiddetti "materiali indiretti", cioè tutti quelli che non fanno parte del ciclo produzione-vendita ma che ne permettono l'espletamento.

È il caso dei materiali da cancelleria. la cui incidenza sui costi di acquisto è mediamente modesta ma che, al contrario, hanno un elevato peso in termini di costo d'ordine e originano un grande lavoro amministrativo.

Per semplificare i processi e migliorare i risultati, un partner commerciale ha creato un sito dove sono stati raggruppati tutti i fornitori di queste merceologie in una serie di cataloghi on line. Oltre al prezzo più basso, i vantaggi per l'operatore sono quello di sapere dove si trova la propria merce in ogni momento e una consegna rapida.

DUE MILIONI DI ROBOT NEL MONDO. E L'ITALIA SI SCOPRE LEADER.

Le macchine automatizzate vendute oggi costano un terzo rispetto a una del 1990. E l'Italia è il secondo fra i paesi produttori nell'Unione Europea.

26

I NUMERI NEL MONDO.

I dati del World Robotics Survey 2004 dell'Unece, la Commissione dell'Onu per l'Europa, dicono che sono due milioni i robot nel mondo: la metà "lavora" nel settore industriale mentre il resto viene impiegato per scopi civili, militari e di intrattenimento.

Questi dati giustificano in qualche modo l'aumento di interesse che si sta palesando all'interno della stessa Ue verso il settore della robotica. In concreto si è tradotto nella richiesta di inserimento del Settimo Programma quadro di maggiori fondi per i progetti di ricerca robotica avanzata da parte dell'associazione di scienziati e industriali Europei.

Le macchine automatizzate, insomma, attirano sempre maggiore interesse. In cima ai Paesi che si avvalgono della loro collaborazione nel processo industriale c'è il Giappone con 350 mila unità.



Nel Nord America sono, invece, 112 mila mentre in Europa i robot sono 250 mila: la Germania detiene il primato con 112 mila unità, seguita proprio dall'Italia con 50 mila e dalla Francia con 26 mila.

UN MERCATO CON INCREMENTI ALTALENANTI.

Il settore della robotica si contraddistingue per fasi di forte crescita, di circa due anni, seguite da fasi di forte contrazione. Questo tipo di oscillazione, dicono gli esperti, è dovuto alla particolarità stessa degli aggiustamenti a cui deve andare incontro il mercato della robotica.

Da una parte, infatti, la macchina automatica è chiamata a sostituire la manodopera umana. Dall'altro questo processo deve necessariamente essere seguito dalla formazione della forza lavoro,

tecnici che siano in grado di utilizzare fino in fondo le potenzialità del nuovo strumento.

L'introduzione dei robot, che chiaramente razionalizza le fasi di lavorazione, ha quindi anche bisogno di essere inserita attentamente nel processo produttivo.

Una macchina intelligente, poi, non può essere acquistata al dettaglio come qualsiasi altra risorsa aziendale. L'impiego, perché sia vantaggioso, richiede poi che la stessa azienda posseda il know-how necessario per il suo utilizzo.

In cima ai Paesi che si avvalgono della loro collaborazione nel processo industriale c'è il Giappone con 350 mila unità. Nel Nord America sono, invece, 112 mila mentre in Europa i robot sono 250 mila: la Germania detiene il primato con 112 mila unità, seguita proprio dall'Italia con 50 mila e dalla Francia con 26 mila.

ROBOT DECISIVI NON SOLO NELL'INDUSTRIA.

Le macchine intelligenti stanno prendendo sempre maggiore piede anche in altri settori come quello professionale e privato.

Tra i primi, la parte del leone la fanno quelli sottomarini con 4785 unità. Si tratta di robot che, ad esempio, svolgono compiti di intervento in ambienti ostili come siti contaminati da inquinanti fisici o radiazioni nucleari, oppure per il monitoraggio delle acque per la difesa dell'ambiente. In questo settore l'Italia è all'avanguardia.

Ne è un esempio il Programma operativo nazionale "Ricerca, sviluppo tecnologico, alta formazione", un progetto promosso dal Miur e portato avanti grazie alla collaborazione tra i ricercatori dell'Università Federico II di Napoli e le aziende che operano nel settore antincendio.

Il progetto mira a realizzare un robot pompiere, capace di monitorare ventiquattro ore su ventiquattro gallerie stradali e ferroviarie, al fine di evitare disastri come quello del Monte Bianco. Chiaramente agendo in completa autonomia senza alcun controllo o intervento da parte dell'uomo.

I ROBOT E L'ITALIA.

Per una volta il nostro Paese è all'avanguardia. L'Italia è seconda in Europa con 50 mila robot (116 unità per ogni 10 mila persone occupate nell'industria manifatturiera): la lavorazione meccanica rappresenta il principale segmento di mercato, seguita dalla saldatura e dalla lavorazione della plastica.

Tra il 1994 e il 2001 si è registrato un aumento continuo nell'installazione di macchine automatiche. Nel 2002, invece, abbiamo assistito ad un temporaneo arresto del trend di sviluppo, e il mercato si è ridotto del 14%. Un altro 5% si è perso l'anno successivo, il 2003, quando i robot sono arrivati a 5200 unità.

Lo stock di robot è comunque aumentato del 7% rispetto al 2002 arrivando a 20 mila unità. Nel periodo 2004-2007 si prevede una crescita media annua del mercato italiano pari al 5% che porterà a uno stock di oltre 63 mila macchine automatiche.



MA NEL PRIMO TRIMESTRE 2005 RALLENTANO GLI ORDINI DI MACCHINE UTENSILI

In base ai dati elaborati dal Centro Studi & Cultura di Impresa di UCIMU-SISTEMI PER PRODURRE, gli ordini raccolti dai costruttori italiani di macchine utensili per la lavorazione del metallo, nel primo trimestre del 2005, sono aumentati del 4,6% rispetto al valore registrato nello stesso periodo dell'anno precedente. Il valore assoluto dell'indice resta però ancora molto basso, pari a 82,7 (base 2000=100).

Nonostante il risultato globale sia di segno positivo, l'andamento del settore mostra una preoccupante convergenza dei risultati registrati sul mercato interno e di quelli del mercato estero in direzione di una sostanziale stagnazione. Infatti, a fronte di un modesto incremento degli ordini raccolti sul mercato domestico (+3,1%) per un valore dell'indice pari a 69,4, anche gli ordinativi raccolti nei mercati stranieri mostrano un sensibile rallentamento nella crescita (+5,9%) rispetto alle performance ottenute nel 2004, così come mostra il valore assoluto dell'indice (pari a 97,1) che si riporta sotto il valore dell'anno base.

Sul mercato interno, la domanda di mezzi di produzione resta ancora molto debole. Il segno positivo registrato nel primo trimestre del 2005 non deve far dimenticare il valore estremamente basso dell'indice, inferiore del 30% rispetto all'anno base.

"La forte tensione sui prezzi rilevata, soprattutto, sul mercato interno - afferma Alberto Tacchella, presidente UCIMU-SISTEMI PER PRODURRE - è di tale entità da rendere esigui i margini di guadagno dei nostri costruttori, che si trovano, dunque, esposti alla concorrenza dei competitors stranieri, appartenenti sia alle aree tradizionali che emergenti".

Sul fronte estero, dopo tre trimestri di forte espansione, tutti superiori al 30%, la raccolta ordini registra una brusca frenata segnando un incremento del solo 5,9%. Pur essendo prematuro considerare tale dato come segno di inversione di tendenza, questo riscontro è sicuramente un primo avvertimento di come l'attività di export, che aveva contribuito alla tenuta dell'industria italiana del settore per tutto il 2004, cominci a incontrare difficoltà.

"A questo proposito - commenta Tacchella - occorre ricordare che i mercati stranieri più vivaci sono purtroppo ancora quelli più lontani. Paesi come quelli dell'Asia orientale, sono interessanti per l'offerta italiana di settore ma il presidio richiede costi e investimenti così elevati da ridurre al minimo i margini di utile delle imprese italiane".

SEMPLIFICARE LE REGOLE PER ESSERE PIÙ COMPETITIVI.

Le aziende italiane chiedono sempre maggiore snellimento di una burocrazia che è avvertita come un ostacolo all'attività e non uno strumento di supporto. Anche dalla capacità del "pubblico" di vincere questa sfida dipende il successo delle nostre imprese.



LA BUROCRAZIA FRENO ALLA COMPETIZIONE.

Il peggior nemico delle imprese? La burocrazia che frena la libera iniziativa e complica i rapporti fra mondo produttivo e pubblica amministrazione.

È un'opinione diffusa fra le aziende italiane, oltre che il risultato di un'indagine del Formez, realizzata su incarico del Dipartimento della Funzione Pubblica in collaborazione con le associazioni imprenditoriali.

Tra gli ostacoli principali alla rapidità delle procedure amministrative al primo posto (77%) viene evidenziato da un campione di imprenditori l'alto numero di Amministrazioni coinvolte. Seguono l'incertezza nell'interpretazione delle normative di settore (69%) e la mancanza di chiarezza nelle competenze di ciascuna amministrazione (65%). Infine la richiesta dello stesso documento da parte di più enti (62%), la richiesta di più

documenti rispetto a quelli previsti dalla normativa (51%) e la modulistica complicata (42%).

È importante segnalare come questi dati sostanzialmente non varino da regione a regione. Insomma, l'imprenditoria italiana, da nord a sud, si lamenta dell'eccessiva cavillosità della nostra burocrazia. A tutto questo si è aggiunta, ovviamente, la burocrazia europea che in molti casi rischia di creare ulteriori grattacapi.

LA SITUAZIONE ITALIANA È TRA LE PIÙ GRAVI.

Va subito detto che c'è poco da stare allegri. In Italia ci vogliono ben 13 procedure amministrative e un totale di 64 giorni per registrare un'impresa (fonte: "Doing business", World Bank web site su "The global competitiveness report", World economy forum, 2002/

2003). Due dati che pongono l'Italia, in una speciale classifica che tiene conto degli 80 Paesi più industrializzati, al 54° posto (per il numero di procedure da attivare) e al 47° per i giorni impiegati per registrare un'impresa.

Tra gli ostacoli principali alla rapidità delle procedure amministrative al primo posto (77%) viene evidenziato da un campione di imprenditori l'alto numero di Amministrazioni coinvolte.

Seguono l'incertezza nell'interpretazione delle normative di settore (69%) e la mancanza di chiarezza nelle competenze di ciascuna amministrazione (65%).

Nella prima il nostro Paese è seguito solamente dalla Grecia (67° posto e 16 procedure) mentre nella seconda da Olanda (72 giorni), Portogallo (106) e Spagna (110). Le due classifiche, invece, sono guidate dal Canada dove sono solamente due le procedure e altrettanti i giorni per fondare un'azienda. Una terza classifica, redatta dalla stessa fonte, tiene conto dei costi totali per avviare un'impresa. Ebbene, questa volta al top del ranking c'è la Danimarca dove tale operazione è assolutamente gratuita. In Italia ci vogliono esattamente 4.535 dollari Usa mentre in Canada, al secondo posto, solamente 126. Anche nella vicina Francia bastano 632 dollari per fare impresa.

TUTTO IL MONDO È PAESE. ANCHE LA GRAN BRETAGNA.

Il disagio dei nostri imprenditori non è l'unico. In un convegno organizzato in Italia anche Hugh Morgan Williams, presidente della piccola industria britannica, ha confermato che anche in cima alle richieste delle aziende inglesi c'è la voglia di snellire regole e procedure che, con il passare degli anni, si fanno invece sempre più complesse.

Eppure il governo britannico ha ricevuto le istanze delle piccole e medie imprese, quelle che più sono danneggiate dall'eccessiva burocrazia. Così dal 1997 si è creata dal governo inglese una task force operativa di imprenditori che i legislatori consultano al fine di meglio regolamentare la situazione.

Ne è emersa una linea-guida che si può riassumere nella formula "Think small first", ossia la regolamentazione deve svilupparsi tenendo presente soprattutto le esigenze delle piccole imprese. Il concetto è semplice: se la norma in questione va bene per i piccoli, allora va bene anche per tutte le altre.

L'INFLUENZA NEGATIVA DELLE POLITICHE DI GOVERNO IN ITALIA.

Purtroppo ogni volta che si parla di semplificazione ci si deve scontrare con le leggi italiane che sono, per loro natura, cavillose.

Il legislatore italiano, infatti, non si è quasi mai limitato a dettare principi generali ma ha finito per privilegiare leggi eccessivamente dettagliate che, proprio per questo motivo, hanno avuto bisogno di continui adattamenti e quindi di nuove leggi. Ciò ha favorito il duplicarsi di procedure che hanno finito col pesare sulla tempistica e quindi con il rallentare lo svolgimento delle pratiche stesse.

In un'economia come quella odierna - quella di internet e del lavoro in tempo reale, dove il fattore tempo è diventato una variabile strategica - si capisce per-

Dal 1997 il governo inglese ha creato una task force operativa di imprenditori che i legislatori consultano al fine di meglio regolamentare la situazione.

La linea-guida emersa si può riassumere nella formula "Think small first": la regolamentazione deve svilupparsi tenendo presente soprattutto le esigenze delle piccole imprese. Se la norma in questione va bene per i piccoli, allora va bene anche per tutte le altre.

ché le aziende ne escano penalizzate. L'ennesima indagine internazionale (fonte: World competitiveness Yearbook, Imd, 2003) svolta sull'influenza delle politiche di governo sulla competitività del Paese pone l'Italia al poco invidiabile 38° piazzamento su 49 Paesi presi in considerazione.

COME MIGLIORARE LA SITUAZIONE? IL DECALOGO DEGLI IMPRENDITORI.

Per fronteggiare le situazioni le associazioni imprenditoriali, Confindustria in testa, hanno deciso di stilare un decalogo per la semplificazione che nasce dall'esigenza di ridare slancio al processo di semplificazione che stenta a prendere vigore.

Per fare tutto questo sono state individuate tre categorie di azioni: liberalizza-

zione, formazione e innovazione tecnologica. La prima "mossa" è la liberalizzazione dell'attività economica che deve mettere l'imprenditore nelle condizioni di ampliare la propria azienda e attività nel rispetto di poche e certe regole. A cui va aggiunto anche il ribaltamento dell'attuale principio secondo il quale, nell'attività d'impresa, tutto deve essere autorizzato.

Questo non significa anarchia ma, appunto, poche norme e di facile attuazione.

La seconda azione riguarda la formazione del personale della pubblica amministrazione che, seppur di fronte ad apprezzabili tentativi, non hanno ancora un'adeguata conoscenza dei problemi dell'impresa.

La terza strada da seguire è l'innovazione tecnologica. La stessa amministrazione pubblica si deve riorganizzare e ammodernizzare offrendo servizi al passo con i nuovi strumenti tecnologici: l'informativa e internet. In questo senso, le proposte sono per la diffusione della firma elettronica e della firma digitale, oltre che del registro elettronico delle imprese.

GLI "SPORTELLI UNICI": UNO STRUMENTO UTILE ANCORA POCO UTILIZZATO.

La crescente domanda di semplificazione da parte delle imprese guarda con favore al ruolo degli Sportelli Unici per le Attività Produttive ha migliorato il rapporto tra Pubblica amministrazione e imprese.

Soprattutto nel nord Est dove la percezione di uno snellimento della burocrazia grazie allo sportello unico ha riguardato l'80% per cento delle imprese. Purtroppo nelle restanti regioni italiane, soprattutto centro-sud e isole, si è ancora ben lontani da questo trend. Un'indagine di Confartigianato ha dimostrato che con la nascita degli Sportelli Unici i costi per la creazione di nuove imprese si sono dimezzati mentre per i tempi si è passati da una media di 22 a 6 settimane.

Andrea Morleo

LA SCELTA DEI COLLABORATORI NELLE PICCOLE-MEDIE IMPRESE

Un'impresa di piccole dimensioni è un universo in cui le relazioni tra le persone ha un valore centrale per la sua stessa capacità competitiva. Inserire nuovo personale, soprattutto se il processo di selezione è affidato all'esterno, richiede particolari attenzioni.



FATTORI ESTERNI E RAGIONI INTERNE: DUE UNIVERSI DA ESAMINARE.

La difficoltà dei piccoli imprenditori italiani nella ricerca di dipendenti è oggi tema di grande attualità che rischia di mettere a dura prova la capacità di competere di molte aziende.

Le ragioni di questa oggettiva e documentabile tensione sul mercato del lavoro sono generalmente ricondotte a fattori esterni all'impresa. La scarsa efficacia dei sistemi di formazione professionale, la ridotta funzionalità degli istituti di collocamento, la bassa propensione dei giovani all'inserimento in settori tradizionali labour-intensive e la carenza di informazioni in grado di favorire l'incontro tra il lato della domanda di lavoro e quello dell'offerta sono, tra le condizioni ostacolanti, quelle più citate.

L'osservazione diretta delle problematiche organizzative inerenti le piccole imprese mostra che parte della difficoltà nasce dentro l'azienda. In altre parole, oltre alle limitazioni esterne, credo si possano ipotizzare carenze interne legate ad una insufficiente attenzione dell'imprenditore al processo di selezione.

DA UN APPROCCIO DESTRUTTURATO AD UNA MODALITÀ SISTEMATICA.

Nell'attesa e nella speranza che i vincoli esterni vengano superati, chi è alla guida della piccola impresa può "recuperare terreno" acquisendo conoscenze per passare da una scelta dei collaboratori "destrutturata" ad una modalità più "sistemica". Questa maggiore consape-

volezza si fonda sulla conoscenza delle logiche di fondo del processo di selezione, delle fasi del processo e del ruolo degli attori in esso coinvolti ma, anche e soprattutto, sul riconoscimento delle peculiarità della selezione nelle imprese di minori dimensioni.

Molti sono i fattori esterni che rendono difficile a un piccolo imprenditore ricercare nuovi dipendenti. Tra questi in particolare la scarsa efficacia dei sistemi di formazione professionale, la ridotta funzionalità degli istituti di collocamento, la bassa propensione dei giovani all'inserimento in settori tradizionali e la carenza di informazioni.

Tra le specificità, la più rilevante riguarda le caratteristiche strategiche ed organizzative dell'azienda.

Un'attenta analisi della strategia e dell'assetto organizzativo dell'impresa che promuove la selezione è un passaggio fondamentale per minimizzare i rischi di scelte inadeguate. L'ingresso di nuovo personale non dovrebbe in alcun modo minare la coerenza tra il piano dei fini – cioè degli obiettivi strategici – e quello dei mezzi – ovvero della configurazione organizzativa.

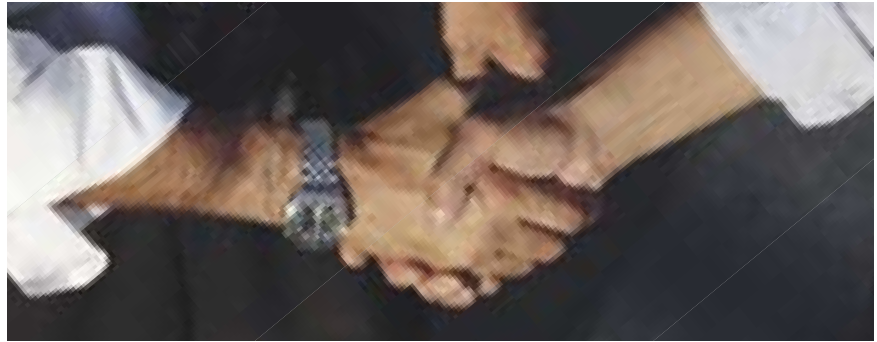
IL PUNTO DI PARTENZA: CONOSCERE L'IDENTITÀ DELL'IMPRESA E LA SUA EVOLUZIONE.

Nei casi in cui l'imprenditore affida il processo di selezione a professionisti esterni, l'esplicitazione delle caratteristiche strategiche ed organizzative dell'azienda, soprattutto in chiave storica ed evolutiva, diviene condizione necessaria per una buona impostazione del processo.

L'inserimento di una nuova persona in una piccola impresa può essere paragonato all'arrivo di un forestiero in una comunità di pochi abitanti che hanno un elevato grado di conoscenza reciproca. Indipendentemente dallo status o dalla carica civica che il nuovo assumerà, la sua venuta non potrà passare inosservata ed è in questo aspetto che risiede la specificità del processo di selezione nelle aziende di minori dimensioni.

A tal fine, una ricognizione non superficiale delle peculiarità dell'impresa e della loro evoluzione nel tempo consente di disporre di informazioni rilevanti per migliorare la decisione di selezione. Tra queste, per esempio, la storia dell'impresa e dell'imprenditore che

Nei casi in cui l'imprenditore affida il processo di selezione a professionisti esterni, l'esplicitazione delle caratteristiche strategiche ed organizzative dell'azienda, soprattutto in chiave storica ed evolutiva, diviene condizione necessaria per una buona impostazione del processo.



intrecciandosi possono permettere una profonda comprensione delle peculiarità aziendali; la business idea originaria e l'evoluzione della formula imprenditoriale; la combinazione prodotto, mercato e tecnologia scelta per competere nel medio termine; le caratteristiche dei principali concorrenti; le personalità, le competenze e i valori dei collaboratori di riferimento per l'imprenditore.

La strutturazione di queste informazioni permette di definire meglio il problema della selezione, potendo trovare risposte ad una serie di domande come: di quale posizione ha bisogno l'azienda? Che attività sono collegate alla posizione in esame? Quali sono le caratteristiche personali e le competenze che meglio si coniugano a quelle della direzione e dei collaboratori già operanti nell'impresa?

LA PICCOLA O MEDIA IMPRESA: UN LUOGO DOVE LE PERSONE E LE RELAZIONI HANNO LA CENTRALITÀ.

L'analisi delle caratteristiche strategico-organizzative dell'azienda sottolinea la necessità di considerare le piccole e medie imprese come ambiti in cui le persone e le relazioni tra esse rivestono un'importanza speciale.

Non è indifferente ai fini di un nuovo inserimento in una piccola impresa, la conoscenza approfondita degli uomini e delle donne che hanno rivestito un ruolo chiave nello sviluppo aziendale, non è superfluo capire i caratteri di queste persone, le loro competenze, le loro abilità, i loro valori di fondo. Per la stessa ragione, cioè per lo spessore e la forza delle relazioni interpersonali nelle piccole imprese, la fase di inserimento non deve mai essere trascurata.

La scelta e l'inserimento di personale nelle piccole e medie imprese non può prescindere dal mantenimento e dalla valorizzazione del capitale sociale - costituito da una fitta rete di collegamenti fiduciari tra individui - sul quale esse fondano buona parte del loro vantaggio competitivo.

L'attenzione da dedicare a questo momento è oggettivamente riconducibile al fattore dimensionale e al clima familiare: come già detto, un nuovo ingresso non può passare inosservato in un contesto di dimensioni ridotto e fortemente personalizzato.

Per agevolare il nuovo innesto senza creare inutili turbative l'imprenditore dovrà preparare, informandoli, i suoi collaboratori e dovrà condividere con il neo-assunto un programma d'azione e d'intervento per i primi mesi in azienda. In conclusione, la scelta e l'inserimento di personale nelle piccole e medie imprese non può prescindere dal mantenimento e dalla valorizzazione del capitale sociale - costituito da una fitta rete di collegamenti fiduciari tra individui - sul quale esse fondano buona parte del loro vantaggio competitivo.

Marina Puricelli
marina.puricelli@unibocconi.it

(Marina Puricelli è docente di Organizzazione Aziendale presso l'Università Commerciale L. Bocconi di Milano e presso l'Area Organizzazione & Personale della SDA Bocconi).

Usag ha scoperto l'ordine infinito

MATRIX
Tutto a bordo.



Il sistema modulare
per l'allestimento di tutti i veicoli commerciali

