

SPAZIO TECNICO

Periodico di informazione del
Consorzio Distributori Utensili CDU

Anno 11 - Numero 32 - Settembre 2006

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:

Speciale abbigliamento da lavoro



Pagina 2 - 4



Pagina 21



Pagina 20 - 32



Pagina 24



Pagina 17



Pagina 23 - 31



Pagina 19



Pagina 22

Ready to start?

timbro italiano.com ph. Mario Reggiani

italian thinking

www.lottoworks.net



Lotto Works è distribuito in collaborazione con





ZOOM

Pag. 4

Sicurezza sul lavoro con un occhio alla moda

Calzature ed abbigliamento da lavoro "griffati" hanno fatto da alcuni anni il loro ingresso anche nelle aziende manifatturiere.



MEETING

Pag. 8

Le 25 volte di BI-MU. E in fabbrica cresce l'integrazione Con METAV la Germania conquista la scena europea



FOCUS

Pag. 10

Patti di famiglia: come gestire la staffetta generazionale

Un prezioso strumento per semplificare il diffuso problema del passaggio generazionale in azienda.



L'INTERVISTA

Pag. 14

A colloquio con Cesare Fumagalli

Il Segretario Generale di Confartigianato fa il punto su innovazione e competitività delle piccole imprese, alla scoperta della "tassa da scarsa concorrenza" e degli artigiani su eBay.



LA VETRINA DELLE NOVITÀ

Pag. 18

Le ultime interessanti proposte dal mercato



UTILITÀ

Pag. 26

Quando conciliare per l'azienda è un'opportunità

La conciliazione è un'opportunità per tutti i cittadini e le imprese per risolvere le controversie in modo rapido, semplice ed economico.



TREND

Pag. 28

Italia & Robot: un binomio che si conferma vincente

L'Italia guadagna il secondo posto al mondo per automazione del settore manifatturiero.

SICUREZZA SUL LAVORO CON UN OCCHIO ALLA MODA.

Calzature ed abbigliamento da lavoro "griffati" hanno fatto da alcuni anni il loro ingresso anche nelle aziende manifatturiere. È l'ultima frontiera della cultura della sicurezza introdotta nel nostro Paese ormai un decennio or sono.



LE NUOVE TENDENZE DEL MERCATO

Affermare che la battaglia è stata definitivamente vinta, forse è ancora eccessivo. Certo è che, parlare oggi di sicurezza sul lavoro in azienda, non rappresenta più – come ancora fino ad una decina di anni or sono – un'utopia, senza dubbio

dettata da giuste considerazioni di fondo ma difficile da realizzare nel concreto. Al contrario, lavorare in sicurezza è oggi una realtà per la quasi totalità delle imprese, in ogni settore manifatturiero. Un contributo importante, in questo senso, è venuto certamente dalle normative che, recependo direttive comu-

nitarie, sono state via via introdotte nel nostro ordinamento e hanno definito parametri seri e rigidi da seguire, coinvolgendo tutta l'organizzazione aziendale in un processo di adeguamento che ha visto quali protagonisti gli imprenditori, i loro più stretti collaboratori e, scendendo in fabbrica come in uffi-



Lavorare in sicurezza è oggi una realtà per la quasi totalità delle imprese, manifatturiere. Questo cambiamento culturale, che ha investito l'intera organizzazione aziendale, è stata in particolare l'introduzione di normative severe da seguire per prevenire i rischi connessi al lavoro, ponendo la salute e la sicurezza di chi opera in azienda quale valore fondante l'attività d'impresa.

cio, tutti i lavoratori. Un processo complesso, attuato in modo massiccio coinvolgendo tutti i livelli dell'organizzazione d'impresa attraverso una loro responsabilizzazione mediante precise norme comportamentali da seguire alla lettera e un nutrito pacchetto di sanzioni, fatte applicare con severità dagli organismi competenti.

Tutto ciò ha comunque prodotto un vero e proprio cambiamento culturale nelle nostre imprese, al pari della qualità. Un mutamento profondo e radicale, che ha

posto al centro dell'obiettivo la salute e la sicurezza di chi opera in azienda quale valore fondante l'attività d'impresa. E, contemporaneamente, ha fatto emergere i riflessi certamente positivi anche in ambito economico, in termini di minori costi e maggiori risparmi, oltre che di maggiore efficienza produttiva, di un simile intervento.

Oggi non vi è imprenditore che possa definirsi tale che non si schieri a favore delle norme che tutelano la salute e la sicurezza dei suoi collaboratori. Non solo perché è cresciuta la consapevolezza del valore del capitale umano di un'impresa, e dunque della necessità non solo di preservarne integre le potenzialità ma anche di legarlo al contesto aziendale, attraverso una serie di interventi che migliorino la qualità della vita nel luogo di lavoro. Ma anche perché i costi della non-sicurezza, dati alla mano, pesano come macigni sulla competitività aziendale.

AL LAVORO COME NEL TEMPO LIBERO

Guanti, elmetti, occhiali, mascherine, otoprotettori, scarpe,

abbigliamento: attorno ai cosiddetti DPI (dispositivi di protezione individuale), a cui spetta il compito di proteggere le diverse parti sensibili del corpo del lavoratore in funzione delle diverse operazioni che è chiamato a svolgere, tutte norme e codificate con un proprio specifico grado di pericolosità e rischio, è in questi anni cresciuta una industria specializzata, che ha fatto della protezione indivi-



duale il proprio "core business".

Inizialmente si è, per così dire, badato al sodo: realizzare cioè dispositivi che fossero a norma e rispondessero sotto il profilo tecnico e delle performance alle specifiche richieste di legge. Ma, col tempo, l'approccio delle aziende del settore è cambiato e si è evoluto, complice da un lato una visione sociologica del problema, e dall'altro le inevitabili contaminazioni che il mondo della moda

ha determinato. Anche perché sempre più numerose sono state le imprese legate alla produzione di articoli e abbigliamento per lo sport e il tempo libero ad avere fatto il loro ingresso in questo mondo, intravedendovi un'opportunità di crescita



e diversificazione. Alla base vi è stata una considerazione di fondo: il lavoratore è prima di tutto un uomo o una donna che, nel loro tempo libero, amano vestirsi con una certa eleganza, ricercano la comodità, praticano sport, subiscono il condizionamento della pubblicità nella scelta dei loro acquisti. In una parola, sono consumatori. E questo "status" non cambia nel luogo di lavoro; anzi, può diventare un "plus" ulteriore, un valore aggiunto, nella scelta di un dispositivo di protezione individuale.

La tecnicità, così, è andata sempre più avvicinandosi alla moda, alla tendenza, al comfort e al "fashion", facendo leva su un antico motivo, sempre più d'attualità:

"anche l'occhio vuole la sua parte". La ricerca estetica si è così affiancata alla ricerca tecnica e prestazionale. Con il risultato di un mercato che oggi propone, in fatto di abbigliamento da lavoro, calzature e capi di vestiario in linea al tempo stesso con le specifiche di prevenzione dal rischio imposte dalla normativa e con le esigenze di "benessere" che la società moderna comunica attraverso il marketing e la pubblicità.

IL CASO LOTTOWORKS

Ne è un esempio il successo che, in questo specifico settore, sta conoscendo una brand che da oltre 30 anni è sinonimo di qualità nell'abbigliamento sportivo, grazie alla capacità di unire innovazione e tecnologia a design e sicurezza. Stiamo parlando di LOTTO, marchio italiano di riferimento a livello internazionale per lo sportswear: una realtà da quasi 290 milioni di Euro di fatturato, con eccellenze nel settore del calcio, del tennis e del "running" testimoniate da numerosi abbinamenti di prestigio, ultimo dei quali con il bomber Luca Toni.

Il lancio, tre anni or sono, della linea "LOTTOWORKS" ha coinciso con la scelta dell'azienda veneta di sperimentare l'inserimento nel nuovo mercato dell'abbigliamento da lavoro, con

l'obiettivo di trasferire quei valori che l'hanno fatta grande nel mondo dell'abbigliamento sportivo e per il tempo libero – quali la ricerca di materiali evoluti e resistenti, lo studio di soluzioni efficaci per migliorare comfort e prestazioni e l'utilizzo di tecnologie costruttive all'avanguardia – anche nei prodotti, calzature e capi di vestiario, indirizzati al mondo del lavoro.

Una sfida avvincente che, stando al brand manager Giuseppe Pertile, ha dato in poco

in questo trend non mancano".

Alla base del successo, la maggior sensibilità verso la sicurezza in fabbrica e nel lavoro, che ben sposa il know-how di LOTTO sotto il profilo della tecnica e della conoscenza del prodotto. Ma anche il grande traino offerto dall'immagine dello sport e del mondo del calcio in particolare: "Non è un caso che la nostra divisione, LOTTOWORKS, richiami fin dal suo logo la comunicazione che utilizziamo per l'abbigliamento sportivo. E che, nelle prime due stagioni, si sia scelto un testimonial come *Ciro Ferrara*, inserito in un contesto tipico d'azienda, per lanciare e veicolare il nostro brand. Chi lavora in fabbrica o in cantiere tutta la settimana, la domenica pratica lo sport o vive da tifoso il calcio. La contaminazione tra questi due mondi, dunque, è un'arma di marketing vincente".



CALZATURE TECNICHE, COMODE E SICURE

Ma non si tratta solo di marketing. Il successo dei prodotti LOTTOWORKS si spiega attraverso un mix di elementi, tutti essenziali se ben equilibrati fra loro: "Direi il servizio, il made in Italy, il marketing e la conoscenza del prodotto. Proprio quest'ultimo aspetto, in particolare, ci viene riconosciuto dall'utilizzatore finale. Per esempio nelle calzature. Una scarpa è un sistema in cui sono coinvolte un centinaio di variabili, elementi cioè che vanno presi ed assemblati nel modo migliore fra loro: dalla forma ai materiali e alle rifiniture. Per chi fa calzature sportive, la conoscenza del volume interno e delle caratteristiche che una scarpa deve avere per essere performante e confortevole è essenziale. Questo patrimonio di conoscenza ed esperienza possiamo trasferirlo anche nelle calzature di lavoro. E il mercato ci sta dando ragione".

Basta osservare l'ampia gamma di scarpe da lavoro LOTTOWORKS per rendersi conto di cosa ciò significhi in realtà. Ogni esemplare è studiato nei minimi

Oggi non vi è imprenditore che non si schieri a favore delle norme che tutelano la salute e la sicurezza dei suoi collaboratori. Non solo perché è cresciuta la consapevolezza del valore del capitale umano di un'impresa. Ma anche perché i costi della non-sicurezza, dati alla mano, pesano come macigni sulla competitività aziendale.

tempo importanti frutti: "In soli tre anni abbiamo raggiunto un fatturato nel settore di circa 10 milioni di Euro, con una crescita che si è mantenuta costantemente attorno al 40 per cento annuo. E gli spazi, in prospettiva, per proseguire



piedi asciutti e assoluto benessere del piede, e modelli con fodera in tessuto. Quest'ultima è composta da due strati: uno interno, che attira ed assorbe il sudore per mezzo di microfori e uno più esterno, più compatto. La combinazione di questi due strati rende la fodera molto morbida e tras-

e ancora la serie di indumenti impermeabili e i giubbotti imbottiti per la protezione dall'aria, con o senza cappuccio, con interno staccabile o meno, dalle moltissime variabili colore e dalle svariate finiture (tasche portautensili e porta cellulare, taschini (zip, rinforzi con materiali antistrappo, coulisse elastiche, chiusure polsi autoregolanti con Velcro). I tessuti sono i più differenti: dal nylon impermeabilizzato tramite spalmatura interna in poliuretano per resistere ad una colonna d'acqua di 2000 mm al tessuto trattato "flame retardant" per ritardare e rallentare l'infiammabilità del capo in caso di incidente, eliminando qualsiasi rischio di ustione, al tessuto con trattamento Teflonessuto in pile trattato antipilling. "Più che di sicurezza – afferma ancora Giuseppe Pertile – parlerei in questo caso di comodità, vestibilità, comfort, protezione. Ci si avvicina ancor di più alle esigenze dello sport e del tempo libero. E, soprattutto, al gusto estetico che un'azienda come la nostra, che ha fatto del "made in Italy" uno dei suoi punti di forza, può offrire".

dettagli, per garantire al tempo stesso comfort, sicurezza e piacevolezza estetica. Nulla è lasciato al caso.

Prendiamo la suola, ad esempio. Quella in gomma permette un'elevata resistenza al calore da contatto (HRO) e all'abrasione; inoltre il suo particolare disegno multigrip consente una perfetta tenuta nelle varie superfici. La suola in TPU garantisce invece un'elevata resistenza all'abrasione e al calore, un ottimo coefficiente d'attrito e una buona elasticità.

Lo studio dell'ergonomia ha portato poi LOTTO ad altri accorgimenti tecnici: come "Puntoflex", elemento posizionato trasversalmente sul battistrada in corrispondenza della zona metatarsale che permette la corretta flessione del piede; o il sistema di ammortizzazione "Stock Off", collocato nell'area tallonare della calzatura che migliora l'ammortizzazione e contribuisce alla protezione del piede, assorbendo e disperdendo le forze da impatto. Accurato anche lo studio del sottopiede: dal modello "Insole", realizzato in materiale espanso e collocato integralmente nella suola, che garantisce, grazie al suo notevole spessore, l'assorbimento dei microtraumi della pianta del piede durante l'attività lavorativa; al modello "BFC", sigla che sta per Biomechanical Foot Control, un sottopiede di montaggio realizzato in materiale TPU, studiato con una forma perfettamente integrata nella suola e in grado di offrire stabilità ed elasticità torsionale, supporto anatomico e flessibilità. Quanto alle fodere, è possibile scegliere fra modelli in pelle naturale, che garantisce eccezionale traspirabilità,

spirante, garantendo una rapida eliminazione del sudore e la resistenza agli odori e alle muffe.

La traspirabilità è garantita anche dall'utilizzo di materiali innovativi e da speciali fenditure ed inserti in nylon mesh posizionati nelle zone medialie della tomaia, mentre l'impiego della membrana porosa Sympatex® conferisce totale impermeabilità all'acqua, traspirabilità, resistenza al vento ed enorme elasticità. In tema di sicurezza, infine, le calzature LOTTOWORKS non temono concorrenza. Sono infatti dotate di Innovativa suola antiperforazione che permette flessibilità unita a leggerezza e resistenza su tutto il plantare, per una protezione completa. Il suo altissimo coefficiente di isolamento termico assicura una resistenza alle temperature elevate anche in condizioni estreme. Il puntale "AL-cap", in lega di alluminio dalla caratteristica conformazione bombata, permette infine di mantenere le stesse caratteristiche di resistenza e protezione del puntale in acciaio, con un peso ridotto del 50%.

IL GUSTO "MADE IN ITALY" NELL' ABBIGLIAMENTO DA LAVORO

Più orientato al comfort e alla moda che alla sicurezza sono i numerosi prodotti che compongono la collezione di abbigliamento da lavoro LOTTOWORKS: tute, salopette, gilet, pantaloni, giacche, polo, maglie, bermuda, camicie e t-shirt;



25 VOLTE BI-MU. E IN FABBRICA CRESCE L'INTEGRAZIONE.

Nel nuovo quartiere di Fiera Milano, dal 5 al 10 ottobre, di scena la "mondiale degli anni pari" per la macchina utensile in abbinamento a SFORTEC, la vetrina della subfornitura.



Dal 5 al 10 ottobre 2006, il nuovo quartiere espositivo di Fiera Milano ospiterà la venticinquesima edizione di BI-MU, affermatasi nel settore della macchina utensile come la «mondiale degli anni pari», capace di alternarsi con EMO nel dare continuità al confronto-incontro tra domanda e offerta di innovazione, stimolando la definizione di soluzioni tecniche sempre più avanzate.

Una manifestazione di livello mondiale.

L'autorevolezza con cui BI-MU si fa interprete, dal 1958, dell'evoluzione tecnologica di macchine utensili, robot e automazione ha infatti proiettato via via la mostra, promossa da UCIMU-SISTEMI PER PRODURRE, ai vertici della graduatoria delle manifestazioni di settore a organizzazione nazionale. I dati dell'ultima edizione, del resto, parlano chiaro: nel 2004 BI-MU fu visitata da quasi 81 mila operatori; 1.844 le imprese presenti, in virtù della partecipazione di 1.077 espositori diretti, 343 dei quali agenti, rappresentanti e commercianti; la «legione straniera» è risultata composta da 782 imprese, espressione di 30 Paesi; la superficie standistica ha superato i 70.000 metri quadrati; il valore delle circa 4.000 macchine è stato calcolato in 350 milioni di euro.

Parola d'ordine: flessibilità

L'edizione di quest'anno si propone di mettere a frutto la flessibilità garantita dal modernissimo centro fieristico per evidenziare l'elevato livello di integrazione tecnologica cui ha condotto l'evoluzione dell'industria della macchina utensile.

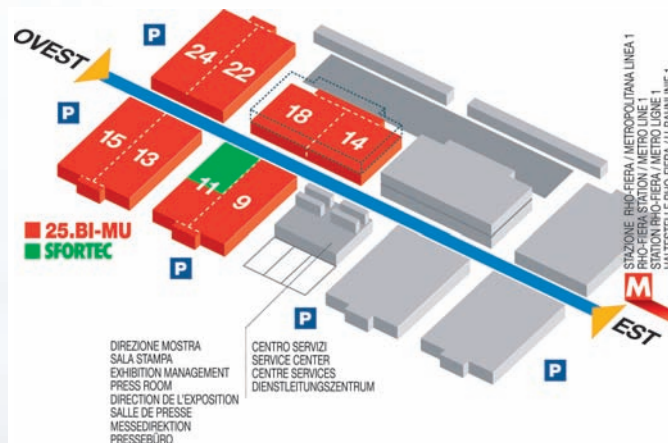
Oggi, infatti, la più avanzata offerta settoriale si traduce in macchine e sistemi fondati sulla modularità funzionale, adeguabili alle variazioni di produzione molto più facilmente e velocemente delle classiche unità di lavorazione, rendendo obsoleta, di conseguenza, la classica suddivisione tra deformazione, asportazione e automazione, le cui tecniche peculiari sono sempre più spesso riassunte in ciascun processo produttivo. In questo senso, BI-MU si propone come utile risposta a questo nuovo approccio al modo di produrre.

Il nuovo complesso espositivo di Fiera Milano, che dispone di padiglioni praticamente privi di colonne e ingombri strutturali, con una superficie netta superiore a 20.000 mq, così da assicurare a tutti gli stand accessibilità e visibilità straordinarie, permetterà a 25 BI-MU di presentare tale realtà in maniera più diretta, superando i limiti delle mostre di mera specializzazione, coerentemente con le esigenze di utilizzatori e costruttori.

SFORTEC: vetrina per la subfornitura

In concomitanza con BI-MU, si svolgerà anche SFORTEC, la vetrina espositiva ideale per evidenziare l'offerta di componentistica, lavorazioni strutturali, global service, promossa da CIS-COMITATO INTERASSOCIATIVO SUBFORNITURA e divenuta punto di riferimento per i più prestigiosi costruttori mondiali di macchine utensili, robot e automazione e per i loro clienti.

Dal gemellaggio BI-MU/SFORTEC scaturisce un appuntamento espositivo che, arricchito da rassegne specialistiche quali IL MONDO DELLA SALDATURA, IL MONDO DELL'ASSEMBLAGGIO e IL MONDO DEGLI STAMPI e dalla sessione convegnistica di QUALITY BRIDGE, concentra sui suoi protagonisti l'attenzione degli operatori dell'intera industria manifatturiera.



CON METAV LA GERMANIA CONQUISTA LA SCENA EUROPEA.

I due saloni di Monaco e Düsseldorf fanno il pieno di operatori. E per le aziende italiane del settore il mercato tedesco si conferma strategico.



L'idea è nata due anni or sono quando, dopo il successo crescente delle edizioni di Düsseldorf, la VDW, l'associazione dei costruttori di macchine tedeschi, ha scommesso sulla cosiddetta "METAV Union" e ha deciso di raddoppiare il salone METAV su due sedi, Monaco di Baviera e Düsseldorf, tra i più importanti centri industriali della Germania, collocati per altro al centro di aree differenti per bacino d'attrazione internazionale.

I buoni riscontri in termini di visitatori ed espositori hanno fatto in modo che anche quest'anno l'esperienza si ripettesse, facendo registrare anche questa volta un bilancio estremamente positivo. Così prima Monaco di Baviera (dal 4 al 7 Aprile) e poi Düsseldorf (dal 20 al 24 giugno) hanno conquistato l'attenzione degli operatori internazionali interessati alle novità in tema di processi di produzione e di automazione, divenendo i palcoscenici che hanno ospitato le due sessioni di METAV, piattaforma di conoscenza e di affari in cui le maggiori realtà euro-

pee produttrici di macchine utensili hanno potuto incontrare le aziende utilizzatrici.

A rendere vivace questa edizione 2006 di METAV è stato, soprattutto, il momento di ripresa che, nel corso di questi primi sei mesi del 2006, ha contraddistinto la congiuntura economica internazionale e quella tedesca in particolare. Un contesto favorevole nel quale l'industria europea di macchine utensili ha potuto confermare il proprio primato nello scenario competitivo globale, affidando a Germania ed Italia un ruolo di primo piano. Tra i Paesi europei produttori di macchine utensili e sistemi per produrre, infatti, Germania ed Italia occupano i primi due posti assoluti, rispettivamente con il 44 e il 22 per cento della produzione complessiva. E, stando ai dati più recenti, è importante sottolineare la crescita delle esportazioni italiane, grazie soprattutto ad un'accresciuta penetrazione sia nei mercati tradizionali di sbocco (Germania, Stati Uniti e Francia), sia in realtà emergenti (Turchia, Russia, Messico, Cina e India).

Per l'Italia, dunque, i due saloni di Monaco e Düsseldorf hanno rappresentato un appuntamento di grande richiamo, nel corso dei quali le nostre imprese, leader mondiali per elevata qualità, innovazione e competitività, hanno avuto la possibilità di presentare la propria produzione all'industria tedesca (in primo luogo automobilistica, della subfornitura e della produzione di macchinari) che costituisce il principale mercato di sbocco per il comparto italiano delle macchine utensili e dei sistemi di produzione.

Sotto l'aspetto dei prodotti esposti, METAV 2006 ha puntato i riflettori soprattutto sui temi legati all'alta produttività e alla flessibilità dei macchinari. L'attenzione si è focalizzata, in particolare, sulle novità capaci di garantire multifunzionalità (soluzioni produttive a processo completo in grado di integrare le specifiche proprietà di differenti fasi lavorative nel segmento delle macchine da taglio), alte performance qualitative (strumenti che ottimizzano i tempi di produzione e semplificano la lavorazione di nuovi materiali), elevata automazione (macchine dotate di sensori che permettono una significativa riduzione dei tempi di produzione) e servizi accessori (macchinari dotati di processi di simulazione per valutare in anticipo proprietà e performance dei sistemi produttivi).

**OLTRE 23 MILA
VISITATORI A
LAMIERA 2006.**



Sono state oltre 23.000 le visite registrate a LAMIERA, l'evento fieristico dedicato alle tecnologie della deformazione che ha tenuto la sua tredicesima edizione, a Bologna, dal 10 al 13 maggio.

Organizzata da CEU-CENTRO ESPOSIZIONI UCIMU e promossa da UCIMU-SISTEMI PER PRODURRE, LAMIERA ha proposto l'offerta delle 525 imprese presenti, espressione della più avanzata e qualificata produzione del comparto.

Oltre 1.000 i visitatori stranieri in rappresentanza di 70 paesi, a conferma dell'interesse che la manifestazione e il mercato italiano riscuotono presso gli utilizzatori di tutto il mondo. Sono stati, invece, circa 250 gli operatori del settore che hanno preso parte al fitto programma convegnistico che ha accompagnato LAMIERA per tutta la sua durata.

Grande successo di pubblico anche per LAMBDA.

PATTI DI FAMIGLIA: COME GESTIRE LA STAFFETTA GENERAZIONALE.

La nuova disciplina dei patti di famiglia permette di scegliere in anticipo chi continuerà l'attività imprenditoriale all'interno del nucleo familiare. Un prezioso strumento per semplificare il diffuso problema del passaggio generazionale in azienda.

L'imprenditore potrà finalmente designare l'erede dell'attività di famiglia. Con la nuova disciplina del patto di famiglia, approvata dal Parlamento lo scorso febbraio, anche in Italia diventa possibile programmare la trasmissione generazionale delle aziende familiari. La continuità dell'azienda sarà affidata all'erede giudicato in grado di proseguirne l'attività, pur senza trascurare gli altri familiari non partecipi alla gestione aziendale. È una possibilità che fino ad oggi non era consentita dal nostro ordinamento giuridico, che prevede che la volontà testamentaria non possa essere vincolata in alcun modo e considera nullo ogni tipo di patto successorio.

In questo panorama, la trasmissione dell'impresa di famiglia ha sempre rappresentato una difficoltà. Il già spinoso problema aziendalistico di stabilire il successore più idoneo, si trovava ulteriormente appesantito da quello giuridi-

co di ripartire le sostanze dell'imprenditore in modo equo fra gli eredi.

COME AVVIENE LA TRASMISSIONE DELL'AZIENDA DI FAMIGLIA

Con le nuove disposizioni in materia, si introduce un'eccezione al divieto di stipulare patti successori, destinata a rivoluzionare l'orizzonte dei passaggi gene-

razionali nelle imprese familiari.

Cosa avviene in pratica? La legge stabilisce che l'imprenditore abbia la facoltà di designare uno dei suoi eredi quale successore nella gestione dell'azienda di famiglia, attraverso un trasferimento a titolo gratuito della stessa o, in base alla forma giuridica, delle partecipazioni al capitale sociale. Per non arrecare danno agli altri familiari, che avrebbero pari diritto all'eredità dell'imprenditore, è prevista una vera e propria "compensazione", per cui il beneficiario dell'attribuzione dell'azienda o delle partecipazioni è tenuto a liquidare in denaro o in natura gli altri eredi legittimari del patrimonio.

CHI DONA, CHI PUÒ RICEVERE

Tre quindi i soggetti coinvolti: l'imprenditore, il beneficiario e gli altri aventi di-

Con la nuova disciplina del patto di famiglia, anche in Italia l'imprenditore è messo in grado di designare uno dei suoi eredi quale successore nella gestione aziendale.



ritto all'eredità. A chi dispone il patto, è richiesto che sia titolare di un'attività o di un pacchetto di azioni societarie. In questo senso l'imprenditore non è identificato secondo una definizione strettamente tecnico-giuridica, ma vengono inclusi nella categoria anche i titolari di azienda non imprenditori e i titolari delle partecipazioni sociali che la rappresentano.

Gli assegnatari dell'attribuzione dell'azienda o delle partecipazioni possono invece essere individuati solo tra i discendenti diretti dell'imprenditore, e quindi essere suoi figli, legittimi, naturali o adottivi, o figli dei suoi figli. È previsto anche che l'imprenditore possa decidere di "saltare" una generazione, di assegnare quindi l'azienda direttamente ad un nipote. Hanno diritto alla compensazione da parte del beneficiario tutti coloro che sarebbero legittimari se in quel momento si aprisse la successione nel patrimonio dell'imprenditore: ovvero il coniuge, anche se legalmente separato e sempre che la separazione non gli sia stata addebitata, i figli legittimi e naturali e, se uno di questi non fosse più in vita, i suoi discendenti; eventuali figli legittimati o adottivi; gli ascendenti, se mancano i discendenti.

In mancanza della partecipazione totalitaria di questi soggetti, il patto di famiglia è da considerarsi nullo.

dell'azienda, quali i problemi legati all'incompetenza di alcuni dei discendenti, che altrimenti potrebbero interferire nella gestione ostacolando gli altri discendenti coinvolti nella conduzione dell'impresa; o ancora la difficoltà di gestire l'attività in più persone, data dalla possibile divergenza di metodi e obiettivi. La scelta del successore da parte del-

stano ad oggi una serie di dubbi interpretativi che in alcuni casi ne possono compromettere l'applicazione.

La prima difficoltà risiede nel confine non nettamente definito tra la liceità dei patti di famiglia e il divieto di stipulare patti successori, che comunque rimane valido nel nostro ordinamento. Uscire dalla gabbia delle condizioni stabilite dal-



SNELLIRE LA BUROCRAZIA PER NON INTERROMPERE IL SUCCESSO AZIENDALE

L'introduzione di questo nuovo strumento rappresenta indubbiamente una buona notizia per il grande numero di imprese familiari attive nel nostro Paese, che costituiscono l'84% dell'intero tessuto imprenditoriale nazionale.

In questo modo la trasmissione della ricchezza di famiglia, prevalentemente rappresentata dall'impresa, può essere programmata con lungimiranza, garantendo non solo la riduzione dei conflitti tra i discendenti alla sua morte, ma anche la possibilità di un'adeguata preparazione dell'erede designato.

Il patto di famiglia ridimensiona alcuni rischi connessi alla scomparsa dell'imprenditore o del socio di riferimento

l'imprenditore garantisce quindi maggiormente quella continuità che è un valore fondamentale per assicurare un futuro di successo all'azienda.

Da non trascurare anche la relativa semplicità dell'operazione, che in molti casi può essere svolta direttamente in famiglia, oltre all'introduzione, finora assente nel diritto successorio, di una distinzione rispetto alla qualità dei beni oggetto della successione, per cui la proprietà dell'azienda o delle sue quote viene considerata a se stante rispetto ai restanti valori patrimoniali.

IL PRIMO PASSO DI UN LUNGO CAMMINO

Se l'introduzione della legge è stata salutata positivamente, è pur vero che esi-

la regolamentazione dei patti di famiglia significa infatti, in molti casi, incorrere nell'eventualità, illecita, delle pattuizioni miranti alla sistemazione post mortem delle sostanze appartenenti a un soggetto ancora vivente.

Un aspetto particolarmente controverso della legge resta quello relativo alla compensazione degli altri legittimari da parte dell'erede designato alla continuazione dell'impresa. Normalmente infatti i beneficiari sono di giovane età e non possiedono nel loro patrimonio personale risorse per far fronte a questa esigenza. Tanto più che non è sempre facile valutare il valore dell'azienda e che comunque la maggior parte del capitale familiare risulta spesso investito nella stessa. Non è chiaro se l'imprenditore possa contribuire direttamente al processo di compensazione o se così


DANIELA MONTEMERLO:

Professore di Economia Aziendale e Strategia delle Aziende Familiari presso l'Università Bocconi e l'Università dell'Insubria, docente senior dell'Area Strategia della SDA Bocconi, da anni impegnata in attività di assistenza alle imprese familiari sui temi dei patti di famiglia, della gestione delle dinamiche proprietarie e di governance, dei processi di cambiamento strategico e organizzativo e del ricambio generazionale; consigliere di amministrazione di un'azienda familiare di quinta generazione; collabora con l'AIDAF (Associazione Italiana delle Aziende Familiari).

Il passaggio generazionale: una fase delicata per l'impresa

Intervista a Daniela Montemerlo - Docente Università Bocconi e Insubria

Qual è il peso del capitalismo familiare in Italia, anche rispetto all'Europa e al mondo? Possiamo parlare di una tipicità italiana?

Una ricerca svolta nel 2002 dall'Università Bocconi sulle imprese di piccole e medie dimensioni ha individuato un dato molto significativo in proposito: su 100 PMI aventi forma giuridica di società di capitali, sono 84 le imprese familiari. Una percentuale molto alta, che testimonia la preponderanza delle aziende di famiglia all'interno delle PMI. È pur vero che si riscontrano dati analoghi anche in molti altri Paesi: anche negli Stati Uniti, normalmente considerati "soltanto" la patria delle multinazionali e delle grandi aziende, le aziende di piccole e medie dimensioni, la maggior parte delle quali sono familiari, hanno un peso rilevante. Se dobbiamo cercare una specificità italiana, la troviamo invece analizzando la percentuale di imprese familiari tra le grandi aziende: a fine anni '90, secondo un'altra ricerca dell'Università Bocconi l'incidenza delle aziende familiari era circa il 40% in Italia contro circa il 17% negli Stati Uniti.

Esistono poi certamente specificità legate alla cultura di un singolo Paese, come quelle che emergono da uno studio da noi condotto alla fine degli anni Novanta sulle piccole e medie imprese italiane e americane. Si è visto, in particolare, come nella cultura anglosassone sia insito un maggior distacco tra famiglia e impresa, per cui, ad esempio, gli americani sono più aperti all'inserimento di non familiari in azienda e più orientati alla pianificazione dei processi di ricambio generazionale. Ma al di là delle differenze, alcuni problemi tipici delle aziende familiari possono essere considerati universali, tra cui l'individuazione e la formazione dei nuovi leader e la gestione delle relazioni all'interno della proprietà.

Quale giudizio esprime sulla nuova disciplina dei patti di famiglia? Ne è soddisfatta o crede potesse essere fatta meglio? Copre bene un vuoto che c'è stato per lungo tempo?

La nuova disciplina è sicuramente un primo passo verso la pianificazione del ricambio generazionale che impegna imprenditori ed eredi. Ma c'è ancora da lavorare.

In questo senso condivido il giudizio espresso dall'AIDAF, l'Associazione Italiana Delle Aziende Familiari, che ha giocato un forte ruolo di spinta nell'approvazione della legge e che ha avuto reazioni analoghe nel considerare la disciplina attuale una tappa di un percorso necessariamente più articolato.

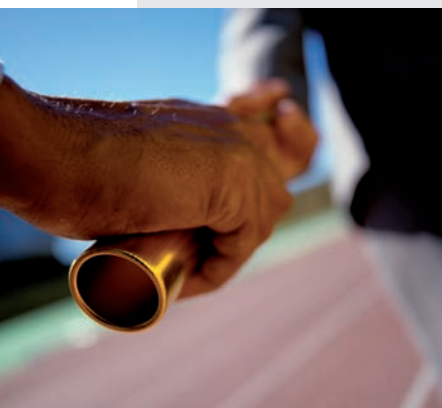
Cito solo alcuni dei punti considerati controversi: innanzitutto l'azione immediata connessa alla stipula del patto, che avrebbe trovato una formulazione migliore nella previsione di una validità post mortem, per cui gli accordi presi entrerebbero in vigore solo al momento del decesso dell'imprenditore.

Poi il problema degli eventuali eredi che dovessero nascere dopo la stipulazione del contratto. Poiché la proprietà dell'azienda è già stata assegnata, i nuovi legittimari possono ricevere solo un corrispettivo monetario senza potere più intervenire nella successione della proprietà aziendale, salvo l'accordo comune di tutti i contraenti nel rinunciare a quanto stabilito nel contratto e a stipularne uno nuovo.

Anche la necessità di liquidare gli eredi non beneficiari dell'azienda si presenta come un passaggio di non facile soluzione. Come del resto è il caso delle famiglie plurinucleo. Questa legge è infatti pensata per le imprese condotte da un solo imprenditore, ma sono molto frequenti i casi, soprattutto tra le piccole e medie imprese, in cui sono due o più fratelli a gestire l'azienda di famiglia. In questa situazione, si può decidere di applicare la disciplina dei patti di famiglia solo al proprio ramo, la qual cosa comunque non risolve interamente il problema del governo dei rapporti famiglia-impresa.

C'è poi da considerare che il patto di famiglia regola la trasmissione della proprietà aziendale. Tralascia quindi alcuni aspetti importanti quali le scelte relative alla leadership e all'assetto di governo e di vertice futuri. Quindi c'è ancora molto da fare.

continua pagina seguente»



Quali consigli darebbe a chi si trova prossimo a un passaggio generazionale nella propria azienda? Come deve comportarsi l'imprenditore? E quali azioni è meglio metta in campo chi deve prendere in mano l'azienda?

Il consiglio generale che mi sento di dare è: preparate il prima possibile il ricambio, non solo per non trovarvi impreparati al momento del passaggio vero e proprio, ma anche per imparare a lavorare bene insieme, genitori e figli. Il ricambio generazionale è un lungo processo caratterizzato da una lunga convivenza tra generazioni.

Per quanto concerne l'imprenditore, ritengo che la responsabilità della buona riuscita della trasmissione sia prima di tutto di chi passa il testimone. È fondamentale che la generazione al comando segua i propri figli nella loro crescita in azienda, oltre che essere disposta a delegare e a pianificare un'evoluzione nel tempo del proprio ruolo.

Ai giovani consiglio di essere il più possibile parte attiva e contribuire alla realizzazione del passaggio generazionale. Viviamo in un ambiente molto competitivo, per cui è indispensabile formarsi il più adeguatamente e rapidamente possibile senza perdere tempo. Chi riceve il testimone deve poi essere capace di costruire un equilibrio coi propri fratelli e cugini, sia che questi operino in azienda, sia nel caso in cui non partecipino direttamente alla gestione. In quest'ultimo caso, quando giovani leader si trovano con soci che non lavorano in azienda, è importante aprire un canale di comunicazione efficace nelle due direzioni. Se l'operato del nuovo imprenditore è trasparente ed esplicito, diminuisce il rischio di un disaccordo da parte degli altri familiari.

Diversa è la situazione in cui la nuova generazione è tutta in azienda: diventa allora prioritaria l'attenzione a costruire un team di vertice coeso. Va bene dividersi gli ambiti di operatività, ma non bisogna mai dimenticare che l'azienda è una, e di conseguenza unitarie e condivise devono essere le scelte strategiche. Inoltre occorrono comprensione e stima reciproca, ed è fondamentale fare "fronte comune" nei confronti dei collaboratori.

Come giudica la scelta di introdurre un manager esterno alla famiglia nella compagine aziendale quando ci sono più familiari in azienda?

Quando i vertici collegiali non funzionano la soluzione migliore è quella di individuare un unico capo azienda, che può appartenere alla famiglia oppure essere un manager esterno. Nelle piccole e medie imprese è difficile però che la direzione generale sia delegata a una persona non parte della famiglia, se non per un periodo transitorio, come può accadere nel caso gli eredi siano ancora troppo giovani per poter guidare l'azienda. Il manager può allora essere un ponte tra le due generazioni. In altri casi, spesso la delega della direzione generale è un primo passo verso il disimpegno anche proprietario della famiglia. In generale, nella scelta del modello di vertice futuro è comunque fondamentale preoccuparsi in primo luogo del bene dell'azienda. Se l'azienda va in crisi, in definitiva, entra in crisi anche la proprietà, e questo è contro l'interesse di tutti.

facendo non ricada invece nel caso il-legittimo dei patti successori, provocando l'invalidità del contratto. Sorge senza dubbio la necessità di finanziare il discendente beneficiario del trasferimento dell'azienda, attraverso la monetizzazione di cespiti aziendali o personali, il ricorso al sistema bancario o altre operazioni più complesse quali la costituzione di una nuova società. Un ulteriore punto critico è rappresentato dalla necessità della partecipazione unanime dei legittimari al patto di famiglia, pena ancora una volta l'invalidità del contratto. Nel caso in cui questo non avvenga, non è chiaro cosa accada alla successiva circolazione dei beni oggetto del patto di famiglia invalido, all'azienda come al compenso dovuto agli altri legittimari.

Nel caso invece in cui all'apertura della successione dell'imprenditore sopravvivano nuovi legittimari rispetto al momento della stipula del patto, la legge prevede che questi ultimi possano



chiedere ai beneficiari del patto il pagamento di una somma pari al valore della quota di legittima loro spettante. Sorgono però a questo punto alcune difficoltà: non è chiaro chi e in che misura debba provvedere alla compensazione dei nuovi legittimari e su chi debba gravare l'eventuale insolvenza di qualcuno. E' anche dubbio se, nel caso la richiesta non vada a buon fine, il patto vada o meno dichiarato nullo.

PATTI SÌ, PATTI NO?

I patti di famiglia, nati allo scopo di semplificare la trasmissione generazionale dell'azienda di famiglia senza provocare dissidi ereditari tra i familiari, non sono quindi, o forse non ancora, una ricetta pronta ideale per tutti i casi di passaggio del testimone in azienda. In alcuni casi, soprattutto quando sia alto il rischio di generare liti familiari, molti esperti del settore consigliano di ricorrere ad altri strumenti, quale ad esempio il trust, per regolare il proseguimento dell'attività all'interno della famiglia.

Alla legge va sicuramente il merito di aver preso atto di un'esigenza ben viva nella realtà imprenditoriale italiana, quella di introdurre una disciplina che regoli la successione dei beni produttivi. Restano solo alcuni nodi da sciogliere, a cui speriamo il legislatore possa dare presto risposta.

ARTIGIANATO: IL VALORE DEL "SAPER FARE" PER COMPETERE.

A colloquio con il Segretario Generale di Confartigianato Cesare Fumagalli su innovazione e competitività delle piccole imprese, alla scoperta della "tassa da scarsa concorrenza" e degli artigiani su eBay.

L'artigianato e la piccola impresa in Italia rivestono da sempre un ruolo centrale nel sistema economico-produttivo. Eppure il loro peso sembra non farsi sentire a sufficienza. In particolare, dopo la stagione del "piccolo è bello", da più parti si lamenta il nanismo dell'imprenditorialità italiana. È d'accordo con questa analisi?

Attribuire alla questione della dimensione d'impresa la colpa del gap di competitività dell'economia italiana nei confronti dell'economia mondiale è sicuramente facile. Facile quanto lontano dal vero. Non piacerà ai sostenitori dell'opinione prevalente, ma la realtà italiana è costituita da un tessuto di piccole imprese.

Basta un dato, la presenza in Italia nel 2005 di sei milioni di titolari di partite IVA, per capire quale sia la forma di capitalismo diffusa nel nostro Paese. Una forma che è nel DNA nazionale, nel modo italiano di fare impresa. L'Italia è una nazione che non conosce grandi dinastie industriali, fatte davvero poche eccezioni. Tanto che le grandi imprese di oggi sono quasi tutte nate da un aumento dimensionale. La nostra è una storia di capitalismo familiare e personale.

I numeri parlano del 99,9% di imprese con meno di 250 dipendenti, e del 92% di imprese con meno di 20 addetti sul totale delle imprese nazionali. Se fosse vero che la questione dimensionale fosse decisiva, staremmo tutti o quasi chiudendo bottega. Fortunatamente non è così.

La microimpresa è dunque la dimensione ideale? E come far contare di più, a livello di politiche, questo universo?

Ci vogliono tutte le imprese: micro, piccole, medie e grandi. Resta il fatto che siamo un Paese che parte da un universo di piccole, e che sono necessarie politiche attive che tengano in considerazione questa realtà.

Quello delle politiche, è vero, è un problema aperto. Confartigianato esiste proprio per questo, per far contare l'artigianato nella politica almeno tanto quanto conta nell'economia reale. Per "contare" di più, ci sono poi una serie di strumenti per sostenere la competitività. Come l'aggregazione d'impresa per funzioni, che non è una teoria da convegno, ma qualcosa che nel mondo dell'artigianato accade già da decenni. Cito la finanza d'impresa, che rappresenta a questo proposito una



CESARE FUMAGALLI IL PROFILO.

Cesare Fumagalli è dal febbraio 2005 Segretario generale della Confederazione Generale Italiana dell'Artigianato, la più grande confederazione dell'artigianato e piccola e media impresa italiana e uno dei più grandi network di erogazione di servizi reali in Europa, con ben 510.000 soci, 121 associazioni provinciali, 20 federazioni regionali, 74 associazioni di categoria, 1250 sedi in tutta Italia, 14.000 collaboratori.

Fumagalli lavora in Confartigianato dal 1979, quando ha iniziato il rapporto con l'associazione di Lecco, di cui è stato Direttore per vent'anni.

E' poi stato Segretario Regionale di Confartigianato Lombardia.

Laureato in sociologia, coniugato con due figli, ha anche ricoperto gli incarichi di Coordinatore del Distretto Metalmeccanico lecchese e Presidente del Consiglio di Amministrazione dell'azienda speciale della Camera di Commercio di Lecco Lariodesk. Attualmente è componente del Consiglio di Amministrazione dell'IPI – Istituto per la Promozione Industriale e di Agart SpA.

storia di successo: attraverso il mutualismo sono nati i Consorzi Fidi e le cooperative di garanzia. Consorzi che solo lo scorso anno hanno intermediato 4,6 miliardi di Euro.

La competizione internazionale ha messo in crisi il sistema economico del nostro Paese. L'artigianato e la piccola impresa sembrano essere i soggetti più colpiti o, comunque, maggiormente a rischio. Quali le risposte da mettere in campo, a livello di impresa e di sistema-Paese?

Contesto intanto che artigianato e piccola impresa siano i settori messi più in crisi. Basterebbe chiedere alla Fiat cosa è successo con l'avvento della concorrenza internazionale, del Giappone, la Corea e presto anche della Cina. La competizione internazionale è un ciclone che ha investito tutti: le distanze si sono azzerate, le relazioni globali infittite, tutto accade a velocità impensabili fino a pochi anni fa. Sulla scena sono entrati da protagonisti i cosiddetti Paesi BRIC: Brasile, Russia, India e Cina, avviando un'economia basata su macrofunzioni in capo a ognuno di essi. Il Brasile sembra essere diventato il magazzino del mondo, con la sua ricchezza di materie prime; la Russia la potenza che più di ogni altra possiede il controllo sull'energia; l'India l'impiegato del mondo e la Cina, la fabbrica del mondo. È un sistema che ha investito tutti i settori del nostro Paese, nessuno è rimasto davvero al riparo. Il problema, se mai, è come ricollocarsi all'interno di questa nuova economia. Quella che ci aspetta è una progressione continua verso la diminuzione del divario del PIL pro capite. È una progressione facilmente prevedibile, di cui non stupirsi, anno dopo anno.

Quale potrebbe essere allora la ricetta per trovare un nuovo posto al sole nell'era della globalizzazione?

La soluzione c'è già, e molte imprese la stanno mettendo in campo da tempo. Si tratta di una reazione basata sulla qualità, la tecnologia, l'innovazione, il design, la differenziazione del proprio prodotto o servizio. La ricetta, a mio parere, non è poi tanto quella di rincorrere il nuovo a tutti i costi, quanto piuttosto di fare sempre meglio quello che si sa fare, rendendosi sempre più competitivi.

Oltretutto gli analisti più attenti, per descrivere la fase che stiamo attraversando, non parlano di declino, ma di un periodo di cambiamento e trasformazione. Ci sono già da molte parti i primi segnali di una riorganizzazione, che sembrano suggerire come in fondo la globalizzazione non sia in grado di sconvolgere completamente il nostro mercato.

L'innovazione di prodotto sembra dunque essere una delle ricette che gli studiosi di economia evidenziano quale priorità su cui le imprese del vecchio continente devono investire. Ma servono capi-

tali e un rapporto più costante con la ricerca. Qual è il livello di collaborazione tra università, sistema ricerca e piccole imprese?

Bisogna sfatare un mito. Premesso che sono d'accordo sulla necessità di incorporare conoscenza per reggere la sfida della competitività, credo che in questo caso si stiano usando parole nuove per indicare un concetto che esiste da sempre. Quello che caratterizza l'artigiano, fin dai tempi delle corporazioni e sicuramente anche da prima, è il saper fare, ovvero usare la propria conoscenza per essere competitivo.

Anche l'agenda di Lisbona 2000 aveva fissato la principale leva strategica nell'economia della conoscenza. L'unione di sapere e saper fare è una ricetta che vale per tutti i settori, e ribadisco che la strategia vincente per competere molto spesso è proprio quella di fare sempre meglio quello che già si sa fare bene.

Parlando di collaborazione con le università e il sistema della ricerca, Confartigianato sta lavorando per arrivare a una contaminazione reciproca. Quest'anno abbiamo firmato un accordo quadro col CNR (Consiglio Nazionale delle Ricerche) per avviare una collaborazione, e stiamo già lavorando su un progetto nel settore dell'autoriparazione insieme al Ministero per l'Innovazione e le Tecnologie. Altri progetti sono all'orizzonte, tra cui uno nel settore tessile e abbigliamento, per lo sviluppo della conoscenza sulla produzione di tessuti anallergici e altri due nel settore orafa, sulla lavorazione dell'oro e la titolazione dei metalli preziosi.

Banche e impresa: il rapporto è sempre difficile? E quali strumenti esistono per supportare la spinta all'innovazione delle piccole imprese?

Il rapporto tra banca e impresa, per piccola o grande che sia, è per sua natura conflittuale. Attualmente il problema non è tanto relativo alla quantità di credito disponibile, che è comunque elevata, quanto alle modalità di accesso al credito. Le PMI pongono due sfide al sistema bancario: quella della semplificazione delle modalità di accesso al capitale e della rapidità nella concessione del credito. Il sistema bancario italiano è oggi in forte evoluzione; le PMI, poi, possiedono già alcuni importanti strumenti strategici, quali i Consorzi Fidi e Artigiancassa, per avere accesso al credito agevolato. Confartigianato sta proprio in questo periodo lavorando al rilancio di Artigiancassa.

Spesso si identifica l'artigianato con i mestieri tradizionali o artistici. Vi è uno spazio per le attività che si collocano su quella che potremmo definire la "nuova frontiera" (biotecnologie, nanotecnologie, elettronica, etc)?

Le imprese artigiane sono un milione e mezzo in Italia, e nei 156 distretti classificati dall'Istat più del 60% delle imprese

La competizione internazionale è un ciclone che ha investito tutti, indipendentemente dalla propria dimensione. La soluzione c'è già e molte imprese la stanno mettendo in campo da tempo. Si tratta di una reazione basata sulla qualità, la tecnologia, l'innovazione, il design, la differenziazione del proprio prodotto o servizio. La ricetta non è tanto quella di rincorrere il nuovo a tutti i costi, quanto piuttosto di fare sempre meglio quello che si sa fare, rendendosi sempre più competitivi.

sono artigiane. Sarebbe curioso pensare che in questi grandi numeri non si trovino aziende appartenenti alla "nuova frontiera" della tecnologia.

Spesso i distretti sono caratterizzati da una o più imprese leader e da un ventaglio di imprese che collaborano: nella maggior parte dei casi le artigiane sono in questo secondo gruppo, ma altrettanto di frequente sono proprio loro ad offrire il know how tecnologico caratteristico della "nuova frontiera".

Molte imprese si collocano nella critica fase del passaggio tra la prima e la seconda generazione imprenditoriale. Come l'artigianato si prepara a vivere questo passaggio? E c'è ancora posto per un'imprenditorialità familiare?

Il passaggio generazionale è un problema strutturale di tutte le aziende, e non tanto un problema di questo preciso momento storico. Il dibattito economico nazionale è anche viziato dal fatto che, nel capitalismo personale o familiare, noi importiamo il dibattito anglosassone, dove le aziende sono prevalentemente società di capitali in cui la proprietà è distinta dal management e dove quindi la questione è diversa.

L'Italia è un Paese fatto di imprenditori di se stessi, per cui il passaggio generazionale risulta connaturato alla gestione aziendale e all'evoluzione anagrafica dell'imprenditore. Il problema del passaggio del testimone viene allora a coincidere con la capacità di trasmettere il saper fare, che è il nucleo stesso dell'artigianato e dell'impresa familiare in genere.

La comunicazione: come l'artigianato utilizza i new media, in particolare per dialogare con i propri potenziali clienti?

Male e poco. Sicuramente questa è una tra le principali criticità da superare. Tanto più tenendo conto del fatto che i new media aprono possibilità straordinarie, e impensabili fino a

poco tempo fa, proprio per i piccoli.

A questo proposito Confartigianato ha firmato di recente un accordo con eBay, per dare la possibilità agli artigiani di vendere nel mondo i prodotti tipici, le mozzarelle campane come le ceramiche di Caltagirone. È un'opportunità unica, fino ad oggi davvero poco sfruttata.

Le eccezioni comunque esistono: un artigiano produttore di salotti e divani di Monza ha cessato l'attività di vendita diretta al pubblico per dedicarsi al 100% alla vendita online, e pare che stia facendo grandissimi affari.

Liberare l'impresa: questo il messaggio lanciato in occasione dell'ultima Assemblea di Confartigianato. Quali sono i vincoli maggiori per le imprese artigiane?

I vincoli maggiori per le imprese artigiane provengono in Italia dalla Pubblica Amministrazione, ancora troppo burocratizzata e con tempi penalizzanti per le imprese, e da un mercato imperfetto, ancora troppo protetto soprattutto in alcuni settori, come quello bancario, assicurativo, del trasporto aereo e delle autostrade, dell'energia.

Le piccole industrie si ritrovano a pagare una vera e propria "tassa da scarsa concorrenza", che pesa sui bilanci delle piccole aziende nazionali per quasi 7 miliardi di Euro.

Il regime di bassissima concorrenza in cui operano banche, assicurazioni e la maggior parte delle utilities genera infatti un effetto moltiplicatore sull'inflazione, che nei settori protetti è quasi il doppio rispetto a quella dei settori più esposti alla concorrenza.

La soluzione è semplice da dire ma difficile da realizzare: la liberalizzazione del mercato, non solo nei settori che ho citato, ma anche in quello delle professioni, dove l'alto livello di restrizione all'accesso genera extra-costi che ancora una volta pesano soprattutto sulle piccole imprese.

I numeri chiave dell'artigianato italiano

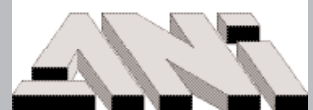
- Imprese artigiane: 1.463.856
- Incidenza imprese artigiane rispetto al totale delle imprese: 24,1%
- Incidenza sociale dell'artigianato: 25,3 imprese artigiane ogni 1.000 abitanti
- Quota di imprese totali con meno di 10 addetti: 94,9%
- Imprenditori artigiani: 1.951.477, di cui 1.786.522 titolari e 164.955 collaboratori
- Donne imprenditrici: 381.123 (pari al 19,5% del totale) di cui 308.397 titolari di impresa e 72.726 collaboratrici
- Giovani imprenditori sotto i 35 anni: 460.908 (pari al 23,6% del totale), di cui 90.758 donne
- Numero dipendenti: 1.502.689
- Occupati nelle imprese artigiane: 3.454.166 (pari al 15,5% dell'occupazione totale)
- Dimensione media: 2,4 addetti per impresa
- Imprenditori artigiani stranieri: 56.822
- Valore aggiunto delle imprese artigiane: 145,5 miliardi (pari al 12,4% del valore aggiunto dell'economia nazionale)
- Valore delle esportazioni dell'artigianato: 43,1 miliardi (pari al 16,6% dell'export complessivo)
- Imprese con meno di 20 addetti che hanno introdotto innovazione di prodotto, di processo e organizzative negli ultimi due anni: 64,0% delle imprese
- Finanziamenti bancari alle imprese artigiane: 54,0 miliardi, di cui 27,250 miliardi (pari al 49,5%) a medio-lungo termine
- Ricchezza delle imprese artigiane: 238,0 miliardi di cui 166,3 miliardi (pari al 69,9%) costituito da attività reale

**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 adatte al gonfiaggio
con Azoto.
Rivestimento in gomma antiurto e
antiscivolo.**



SPiRiT OF iNNOVATION

www.ani.it

Officine Meccaniche ANI SpA -
Via Arzignano, 190 - 36072 Chiampo (VI)
Tel. +39 0444 420888 - Fax +39 0444 420620

Cod. 32.01

MASCHERPA DOW CORNING: UN HOT MELT REATTIVO SILICONICO PER ACCRESCERE LA PRODUTTIVITÀ



Una nuova generazione di sigillanti siliconici hot-melt sono stati recentemente sviluppati da **Dow Corning** combinando le migliori caratteristiche di nastri e liquidi. Come un tradizionale hot melt si applica ad elevate temperature (120/130 °C) e la resistenza a verde si sviluppa non appena si raffredda. La bassa capacità del silicone di mantenere il calore fa raffreddare il materiale molto velocemente con un conseguente aumento della viscosità. In solo 30 secondi dopo l'applicazione, il materiale si raffredda e cresce la viscosità, così da ottenere un incollaggio istantaneo. La forza di incollaggio deriva sia dall'incremento di viscosità, sia dalla sua caratteristica di adesivo "pressure sensitive". Questa caratteristica è ottenuta nella formulazione del prodotto in modo da incrementare la sua resistenza a verde

e permettere ritmi produttivi incrementali nel ciclo produttivo degli elettrodomestici. La forza del silicone "pressure sensitive" è da 2 a 6 volte maggiore rispetto a quella di un biadesivo e non sono più necessari i fissaggi meccanici utilizzati con i sigillanti tradizionali. A differenza degli altri materiali hot melt, questo nuovo sigillante ha 15 minuti di "tempo aperto". Una volta che le parti sono assemblate, il silicone hot melt inizia a polimerizzare come un sigillante monocomponente tradizionale. Il materiale, così polimerizzato, forma un giunto durevole e flessibile, che resiste a un ampio range di temperature d'esercizio.

Cod. 32.02

tellure Rôta NUOVA SERIE 71 TELLURE RÔTA

Nell'ambito del rinnovamento e dell'ampliamento della propria gamma prodotti, **TELLURE RÔTA** presenta la nuova serie 71: ruote con rivestimento in gomma termoplastica grigia antitraccia, di durezza 85 +/-4 Shore A, e nucleo in polipropilene, idonee all'impiego in ambiente industriale, alimentare, per la ristorazione e la collettività. Silenziose e dotate di ottime caratteristiche di scorrevolezza, sono una alternativa esteticamente più gradevole alle ruote in gomma standard, nera e grigia, per utilizzi prevalentemente in ambienti interni.

Le ruote della nuova serie 71 sono disponibili in diametri compresi tra 80 e 200 mm, con mozzo con boccia, con cuscinetti a rulli e con cuscinetti a rulli in acciaio inox, ed hanno portate comprese tra 70 e 225 daN. Sono abbinate a supporti Tellure Rôta tipo NL (leggeri in lamiera di acciaio) e NLX (leggeri in acciaio inox).

Sono adatte all'utilizzo a temperature comprese tra -20 e +70 °C, anche in ambienti umidi ed in presenza di agenti chimici di media aggressività; se ne sconsiglia invece l'impiego in presenza di solventi organici, clorurati, idrocarburi ed olii minerali e su pavimentazioni sconnesse.



Cod. 32.03

STANLEY ORGANIZER PROFESSIONALE XL

Ultima novità **STANLEY** nel settore, l'organizer professionale XL ha il coperchio in policarbonato a chiusura ermetica, così da evitare il rischio di mischiare il contenuto. Al suo interno sono presenti ben 14 vaschette asportabili.

Le cerniere e la maniglia in metallo, per una lunga durata nel tempo. E' dotato di tracolla.

Dimensioni: 49,2x11x43,1 cm.



I NOSTRI INGRANAGGI SONO SEMPRE IN MOVIMENTO

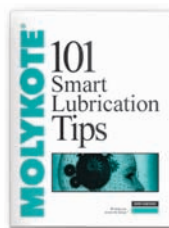
© 2008 Dow Corning. Doc. n. A973. Dow Corning e Molykote sono marchi registrati Dow Corning Corporation. AVO5842

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



**BOSCH****NUOVI AVVITATORI A MASSA BATTENTE BOSCH A BATTERIA
CON ATTACCO DA ½ POLLICI**

Con la nuova serie GDS con attacco utensile quadro da ½ pollice **BOSCH** amplia il suo programma di avvitatori a massa battente a batteria. Completiamo anche l'offerta esistente di avvitatori a massa battente a batteria GDR con attacco utensile esagonale da ¼ pollici, con il nuovo modello da 18 Volt.



Gli avvitatori ad impulsì a batteria **BOSCH** vengono impiegati quando è necessario svitare e serrare viti con elevate coppie di serraggio: ad esempio nelle costruzioni in metallo, nella costruzione di autoveicoli nonché di macchinari e di impianti. Costruttori di caldaie o di impalcature, specialisti del montaggio o installatori di impianti di aerazione, hanno tutti bisogno di un utensile con cui poter eseguire il lavoro in modo rapido e risparmiando le forze.

Grazie all'elevato numero di giri a vuoto di 2800 giri al minuto, gli avvitatori **BOSCH** avvitano rapidamente. L'avvitatura ad elevata prestazione con massimo 3200 colpi al minuto genera una coppia di serraggio fino a 220 Nm.

Ciononostante gli avvitatori a massa battente a batteria **BOSCH** sono più compatti e maneggevoli dei corrispondenti trapani avvitatori a batteria. Questo vantaggio e l'assenza di contraccolpo sono altri motivi per i quali anche carpentieri e montatori preferiscono impiegare gli avvitatori a massa battente a batteria. Grazie all'elevato numero di giri i modelli GDR sono particolarmente adatti alle forature rapide nel legno e nel metallo con punte con codolo esagonale. Gli avvitatori a massa battente avvitano anche viti più piccole nel legno (fino a circa 4,5 millimetri di diametro) più velocemente di un avvitatore a batteria standard.

L'impugnatura ergonomica dotata di rivestimento Softgrip, nonché il peso ridotto (a seconda del modello tra 1,6 e 2,2 chilogrammi), facilitano il lavoro soprattutto nei punti difficilmente raggiungibili nelle avvitature sopra testa. La lampada LED integrata illumina bene gli angoli più bui e si può regolare su tre posizioni, in funzione degli utensili di diverse lunghezze.

Affinché l'utensile sia sempre a portata di mano nel cantiere o sull'impalcatura, **BOSCH** lo ha dotato di un pratico gancio da cintura.

BOSCH fornisce tutti gli avvitatori a massa battente a batteria di serie con due potenti batterie al NiMh, con 2,6 Ah di capacità, e un caricabatteria da mezz'ora.

**Sta 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 aiutarLa con semplicità e sicurezza in tutte le fasi, dalla redazione di specifiche fino ai test finali. Per gli adesivi, pensi ad Araldite.

Araldite®
Adesivi strutturali

Per ulteriori informazioni, visiti il nostro sito Web all'indirizzo
www.mascherpa.it



ENIDINE

*soluzioni all'avanguardia per
l'assorbimento di energia
cinetica e lo smorzamento di
vibrazioni*



In Italia :
EMANUELE MASCHERPA SpA
via Natale Battaglia 39 – 20127 MILANO - tel. 02 280031 – fax 02 2829945
postmaster@mascherpa.it www.mascherpa.it



MASCHERPA

ISO 9001-2000 • ISO 14001

Cod. 32.05



NUOVI CARRELLI E NUOVE CASSETTIERE USAG PER POSTAZIONI DI LAVORO ANCORA PIÙ ORGANIZZATE

USAG, leader in Italia nella produzione di utensileria a mano di tipo professionale, rinnova la sua offerta di carrelli e cassettiere per rispondere all'esigenza degli utenti professionali di postazioni di lavoro sempre più razionali e con possibilità di espandere la capienza. Innanzitutto USAG ha rinnovato nell'estetica e dal punto di vista tecnico il **carrello Booster**, che riunisce in un unico prodotto di altissima qualità, estremamente pratico, robusto e funzionale, le caratteristiche del banco di lavoro, del carrello e del vano portaoggetti. La sua robusta struttura è capace di sopportare fino a 1000 kg di carico statico mentre l'ampio piano di lavoro è ora disponibile sia in lamiera zincata che in legno multistrato.

Allineato nel design e nelle finiture alla gamma Racing, Booster è stato anch'esso realizzato nei due colori rosso e grigio. Come già i modelli della gamma Racing, il carrello Booster è dotato di cassetti ad estrazione totale montati su guide telescopiche completi di tappetino antiscivolo e di protezioni perimetrali antiurto, che preservano dalle conseguenze degli urti accidentali. Novità anche per la gamma di carrelli Racing e Sprint, ora ampliabili nella loro capacità con i nuovi **moduli coordinati e sovrapponibili di cassettiere a 4 cassetti Racing 522 e Sprint 523**, entrambe dotate di chiusura di sicurezza centralizzata.

In particolare, le nuove cassettiere Racing 522 rappresentano una soluzione modulare ideale per creare la postazione di lavoro più adatta alle singole necessità. Le cassettiere della gamma 522, disponibili anche nel modello con ruote e maniglia supplementare, possono essere utilizzate singolarmente, come integrazione al modello 519 RX del carrello Racing (disponibile nelle versioni da 5 a 8 cassetti) oppure sovrapposte tra loro (cassettiere con ruote 522 RX4R). Il piano, dotato di alloggiamenti per utensili e minuteria e di una maniglia ergonomica integrata, è realizzato in materiale plastico di eccezionale resistenza.

La cassettiere 523 Sprint riprende invece le caratteristiche tecniche e il design dei carrelli Sprint 518 SX, disponibili nelle versioni da 5 a 7 cassetti, e ne consente l'ampliamento di capacità. Come i carrelli, la nuova cassettiere 523 si caratterizza per la sua grande funzionalità, la capacità di carico e la resistenza ed è stata realizzata con piano di lavoro in materiale plastico antiurto e cassetti dotati di guide che ne permettono

l'estrazione totale. Tutti i carrelli USAG sono disponibili sia vuoti sia completi di assortimenti studiati per rispondere alle esigenze degli utenti professionali di differenti settori di mercato. La personalizzazione dei carrelli e delle nuove cassettiere può inoltre essere realizzata con

vaschette di utensili USAG, disponibili in diversi assortimenti, per fornire la dotazione specifica necessaria al posto di lavoro.



Cod. 32.06



USAG RINNOVA LA GAMMA DEGLI UTENSILI DI SICUREZZA 1.000 VOLTS

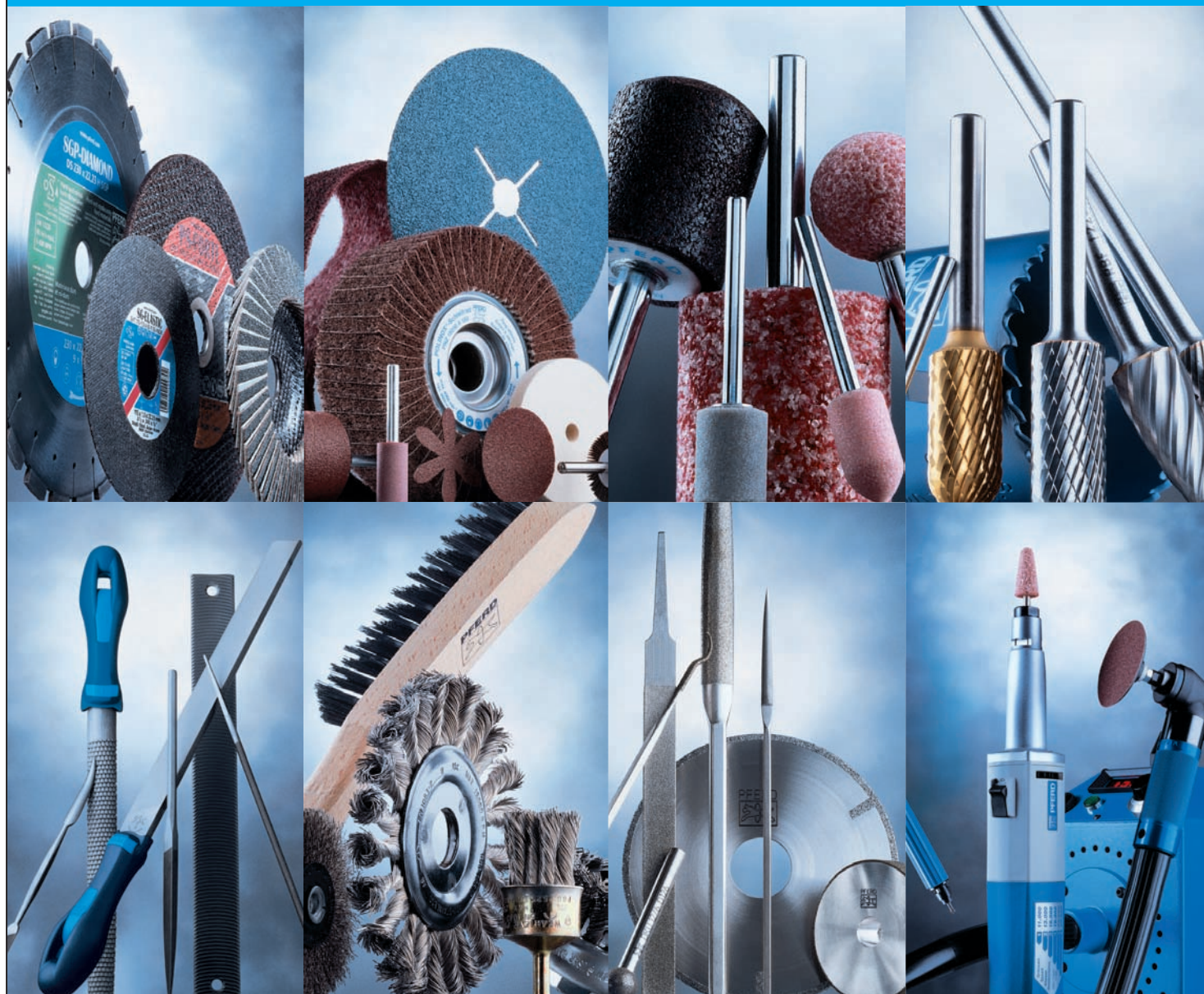
USAG, leader in Italia nella produzione di utensileria a mano di tipo professionale, rinnova la linea di utensili di sicurezza 1000 Volts, specifici per le applicazioni legate ai settori elettronico ed elettrotecnico.

Da sempre impegnata nel fornire ai propri clienti professionali strumenti sempre all'avanguardia, USAG sviluppa la sua gamma di utensili di sicurezza con nuove rifiniture e con il restyling dell'impugnatura dei giraviti, come naturale conseguenza dell'evoluzione dei materiali e delle tecniche di stampaggio. La linea di utensili isolati USAG, omologati IMQ, è composta da un'offerta di giraviti, pinze, tronchesi e tagliacavi, tutti prodotti di elevata qualità sottoposti alle più rigorose prove di verifica dell'isolamento e realizzati in conformità alle norme CEI EN 60900.



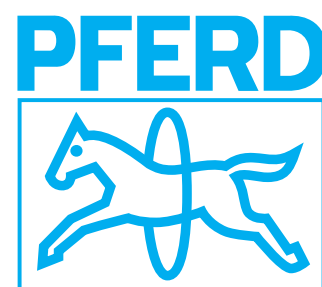
PFERD – Utensili per il professionista

Il nuovo Manuale degli utensili PFERD 2005



Più di 6500 utensili per la lavorazione delle superfici dalla sgrossatura, sbavatura, finitura fino alla lucidatura a specchio, per il taglio e con nuove macchine per gli utensili. Tutto da un unico fornitore.

PFERD-Giolo s.r.l. · 20068 Peschiera Borromeo (MI) · Via G. Di Vittorio 33/7-9



www.pferd.com



DE-STA-CO "SERIE 2000 ORIZZONTALE": UN NUOVO PUNTO DI RIFERIMENTO NEL 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.

Principali Vantaggi:

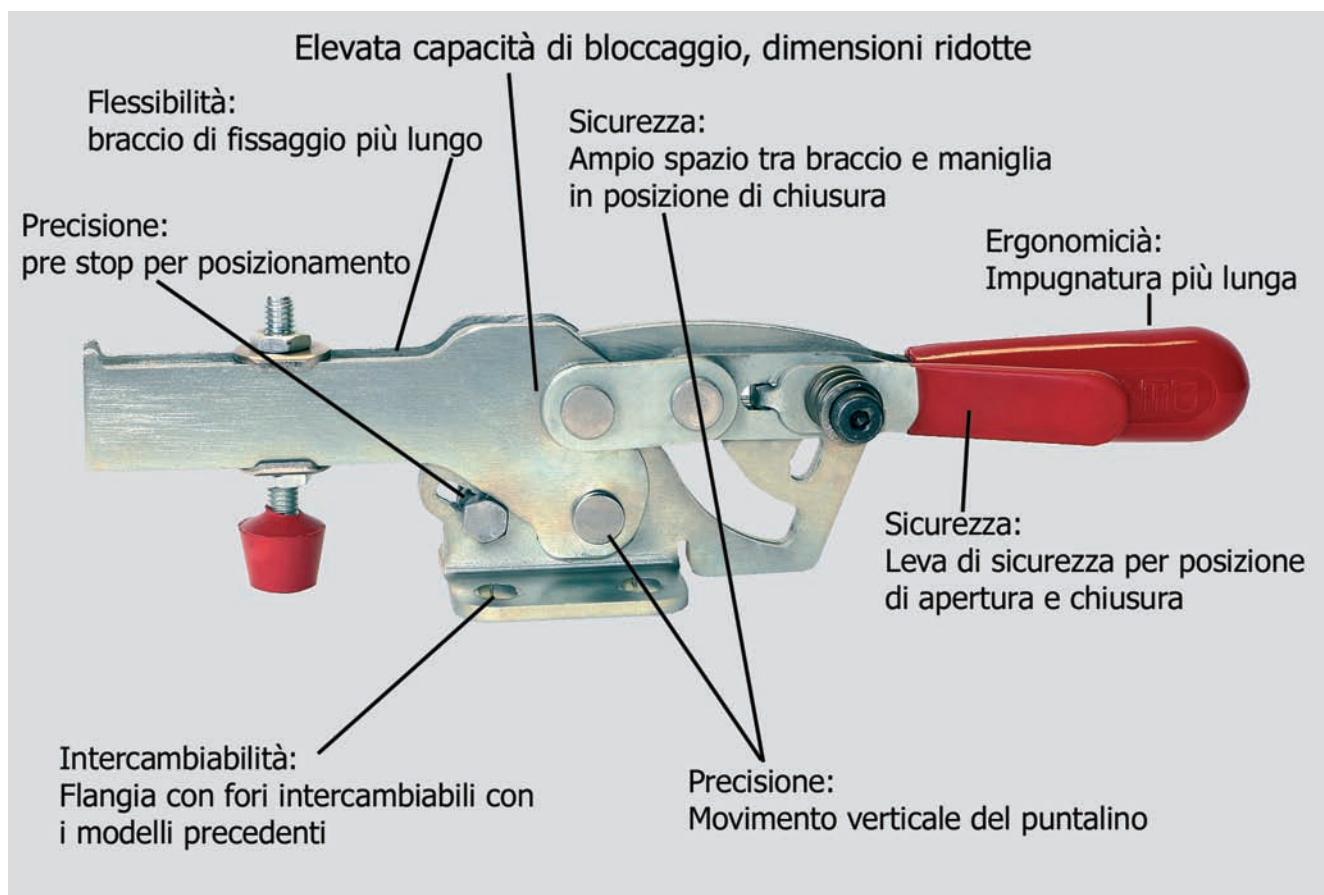
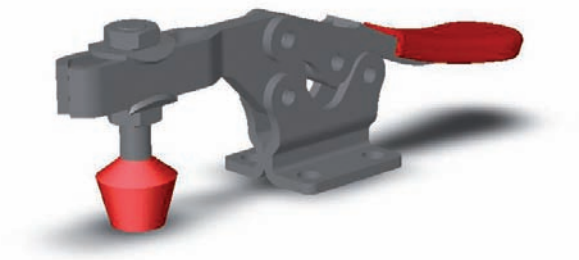
- Elevata capacità di bloccaggio, dimensioni ridotte
- Pre-stop per posizionamento
- Braccio di fissaggio più lungo
- Movimento verticale del puntalino per un fissaggio preciso
- Impugnatura più lunga per una maggiore libertà di movimento

Caratteristiche del prodotto:

- Pre-stop interno opzionale
- Materiale resistente
- Movimento verticale

Aree di applicazione: in ogni applicazione in cui è richiesto un fissaggio con forze elevate ma con dimensionamento ridotto. Esempi: saldatura, apparecchiature di controllo e in molte altre applicazioni.

Per informazioni: destaco@ibdonline.org



QUANDO CONCILIARE PER L'AZIENDA È UN'OPPORTUNITÀ.

La conciliazione è un'opportunità per tutti i cittadini e le imprese per risolvere le controversie in modo rapido, semplice ed economico. Il ruolo delle Camere di commercio.

UNA STRADA DA CONOSCERE E VALUTARE

La conciliazione è un'opportunità per tutti i cittadini e le imprese per risolvere le controversie in modo rapido, semplice ed economico. È una via di soluzione dei conflitti che presenta molti vantaggi, e che merita di essere conosciuta più da vicino.

L'assunto su cui si basa la procedura di conciliazione è che spesso i conflitti possano essere risolti mettendo le parti in condizione di comunicare serenamente tra loro, in una situazione la più

neutra possibile. I contendenti vengono così convocati alla presenza di un conciliatore, che ha il compito di guidare la negoziazione e di orientarli verso la ricerca di accordi reciprocamente soddisfacenti. Lo scopo dell'incontro non è l'emissione di una sentenza o di un verdetto, che il conciliatore non è mai tenuto a pronunciare, ma unicamente l'individuazione di una soluzione che sia vantaggiosa per entrambe o tutte le parti.

La conciliazione si presenta quindi come la soluzione ideale nei rapporti commerciali, dove spesso nasce l'esigenza di

risolvere controversie anche di valore esiguo o in tempi più brevi rispetto ai normali tempi della giustizia. È un istituto che può essere utilizzato per risolvere controversie di natura economica sia tra imprese, nel rapporto ad esempio con partner commerciali o fornitori, sia nei rapporti sociali interni all'azienda, che tra impresa e consumatori. A questo scopo sempre più spesso vengono previste all'interno dei contratti speciali clausole di conciliazione, che prevedono un primo tentativo di composizione delle controversie con la procedura di conciliazione.



COSA SUCCEDDE IN PRATICA

Per avviare un procedimento di conciliazione, la strada più semplice è quella di rivolgersi alla più vicina Camera di Commercio.

Le Camere di Commercio offrono infatti da più di dieci anni un servizio di conciliazione rivolto alle imprese, ma anche ai singoli cittadini, che è attivo in quasi tutte le sedi provinciali.

L'inizio del procedimento avviene con il deposito di una domanda di conciliazione presso la segreteria del servizio. La domanda può essere presentata in carta libera oppure compilando uno degli appositi moduli forniti, ed essere rivolta a una o più parti.

La segreteria si occupa della trasmissione della domanda alle parti, che vengono invitate ad aderire al procedimento. Se una o più parti non accettano, il procedimento si ritiene concluso e non vengono richieste spese a chi lo ha avviato. Altrimenti, viene fissata la data dell'incontro tra i contendenti, alla presenza di un conciliatore, che avviene entro 30 giorni dal ricevimento dell'adesione presso gli uffici della segreteria o in un'altra sede scelta di comune accordo. Normalmente il conciliatore sente le parti singolarmente in sessione separata, e quindi in sessione congiunta, per avviare una negoziazione ottimale.

I dati relativi ai procedimenti già conclusi raccolti dalle Camere di Commercio rilevano che a questo punto in quattro casi su cinque si giunge a una composizione della lite: il procedimento si chiude positivamente con la redazione di un verbale di conciliazione. L'accordo raggiunto ha valore di contratto, e le parti si impegnano a darne esecuzione nei termini stabiliti.

Se invece non si giunge a una soluzione soddisfacente, viene comunque redatto un verbale di mancata conciliazione; su richiesta dei contendenti, il conciliatore può formulare una proposta di accordo rispetto a cui le parti indicano la propria definitiva posizione o le condizioni alle quali sono disposte a conciliare.

Se il procedimento ha esito negativo, resta il diritto di ricorrere ad altre vie per risolvere il conflitto, ovvero di avviare la procedura di arbitrato o una causa giudiziaria.

UNA SCELTA VANTAGGIOSA

La conciliazione permette alle parti in conflitto di affrontare le controversie controllando personalmente il modo in cui sarà risolta la disputa: il conciliatore non decide per loro, come farebbe un arbitro o un giudice, ma sono i contendenti stessi a chiarire insieme i punti della controversia e a cercare una soluzione comune. Le parti sono tutelate anche perché conservano per tutto il procedimento il diritto di abbandonare le trattative e ricorrere in altro modo alla giustizia.

Il tentativo di comporre la lite tramite conciliazione permette di risparmiare il tempo e denaro che una causa giudiziaria richiederebbe, oltre che di non deteriorare i rapporti, personali e commerciali tra i contendenti.



Il tentativo di comporre la lite tramite conciliazione permette di risparmiare il tempo e denaro che una causa giudiziaria richiederebbe, oltre che spesso di non deteriorare i rapporti, personali e commerciali, tra i contendenti. L'economicità di tempi e costi resta comunque uno dei motivi che più spingono a scegliere la via della conciliazione. Sono in media 53 i giorni di durata di un procedimento, mentre i costi vanno dai 40 Euro per parte per controversie di valore fino a mille Euro a un massimo di 10.000 Euro, se il valore della lite supera i cinque milioni di Euro. Il vantaggio della conciliazione sta proprio nel costo della procedura per la composizione delle liti di valore esiguo.

Un altro punto a favore della conciliazione è rappresentato dalla riservatezza.

Infatti all'inizio di un incontro tutti i presenti, compreso il conciliatore, firmano un accordo di riservatezza, con cui si impegnano a non divulgare nulla di ciò che emerge dalle udienze. Ai contendenti non è permesso l'uso delle dichiarazioni e delle informazioni apprese durante il procedimento nell'ambito di eventuali successivi procedimenti contenziosi, né chi ha partecipato all'incontro può essere chiamato a testimoniare in merito.

LA SETTIMANA DELLA CONCILIAZIONE

Le Camere di Commercio si sono rese protagoniste della promozione della procedura di conciliazione che, pure in crescita, non ha ancora raggiunto una soddisfacente diffusione a livello nazionale. L'Osservatorio del sistema camerale ha infatti registrato nel 2001 meno di novecento richieste di conciliazione, aumentate di 5 volte nell'ultimo anno.

Proprio per incentivare la conoscenza dello strumento tra i cittadini e le imprese è stata indetta la Settimana di promozione della conciliazione delle Camere di Commercio. L'attenzione è stata indirizzata alla sensibilizzazione del grande pubblico. I consumatori sono infatti una fetta importante di chi si rivolge a questo servizio, tanto che l'85% delle procedure avviate nel primo semestre del 2005 riguardavano il rapporto tra consumatori e imprese. Sono infatti questi i casi in cui spesso le controversie hanno un valore economico modesto e non risulta perciò conveniente intentare una causa giudiziaria. Il ricorso alla conciliazione si presenta quindi come la possibilità più concreta per risolvere i conflitti con le imprese.

Da parte delle imprese, la previsione di una clausola di conciliazione nei contratti rappresenta un segnale di responsabilità sociale e impegno nei confronti dei consumatori, che fornisce una garanzia ai propri clienti e quindi un miglioramento della propria reputazione. Sempre più spesso poi sono le stesse associazioni di imprese a stabilire un protocollo d'intesa con le Camere di Commercio per regolamentare tutti i casi di conflittualità; le procedure per le imprese aderenti all'associazione vengono in questo modo semplificate ulteriormente.

ITALIA & ROBOT: UN BINOMIO CHE SI CONFERMA VINCENTE.

L'Italia guadagna il secondo posto al mondo per robotizzazione del settore manifatturiero. Un segnale forte della volontà delle nostre imprese di competere investendo in innovazione.

ROBOT, DUE ANNI DI CRESCITA SOSTENUTA

Nel settore della robotica, Italia batte Stati Uniti. E non solo: il nostro Paese si posiziona in vetta nel panorama mondiale, con una media di 1,16 macchine ogni cento addetti dell'industria manifatturiera. A superarlo solo la Germania, la cui media sfiora i tre robot ogni duecento operai, e il Giappone, che però non viene incluso nella graduatoria mondiale perché utilizza dati non confrontabili a livello internazionale. Il successo italiano nasce da un trend positivo avviato nel 2004, che ha portato il mercato italiano a un incremento del valore della produ-

In Italia vi è una media di 1,16 robot ogni cento addetti dell'industria manifatturiera: un record superato solo dalla Germania. Nel 2005 l'industria italiana del settore ha prodotto oltre 5.600 robot. E all'estero le esportazioni crescono del 14% negli ultimi due anni.

zione del 13,4% in soli due anni (fonte: UCIMU, maggio 2006), fino a sfiorare, a fine 2005, i 400 milioni di Euro.

IL DOPPIO VOLANO DEI CONSUMI NAZIONALI E DELL'EXPORT

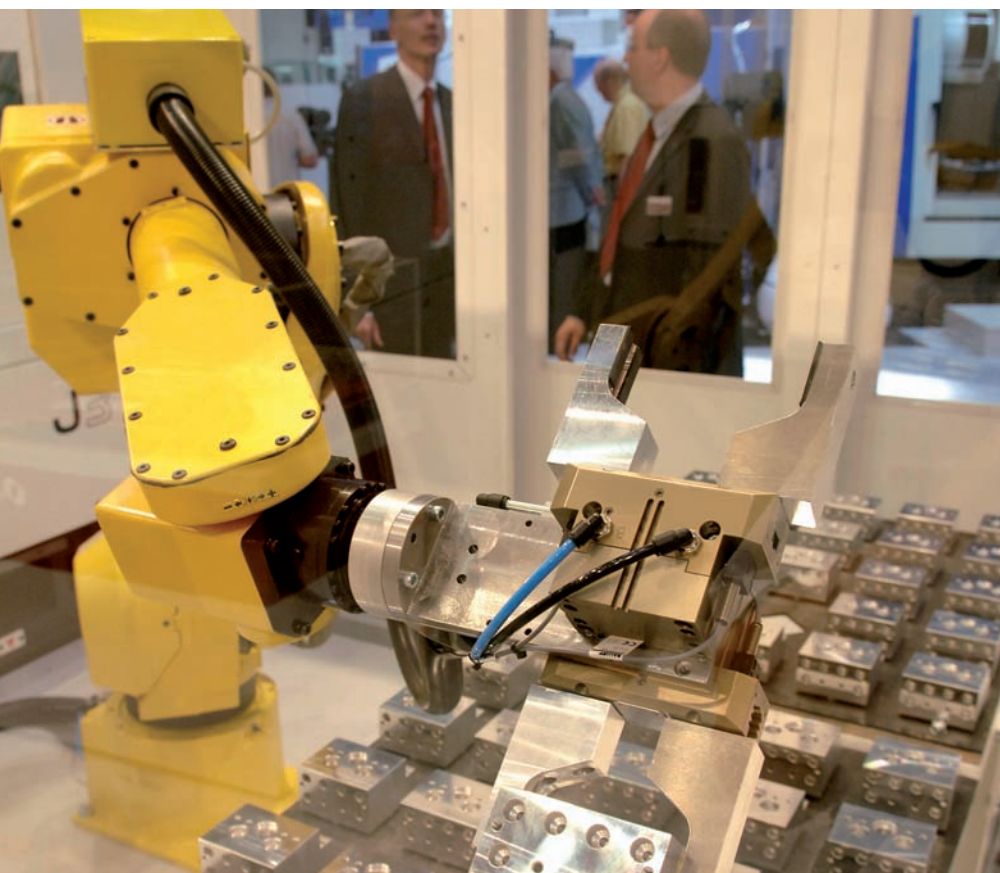
L'accelerazione produttiva è alimentata sia dall'incremento dei consumi interni, che da una notevole crescita delle esportazioni. Due fenomeni diversi la cui somma ha generato il balzo del mercato italiano.

Le esportazioni in particolare hanno riguardato nel 2005 quasi un robot prodotto su quattro, con aumenti del 14% negli ultimi due anni, confermando l'impegno dei produttori italiani ad affermarsi con un'offerta di alta qualità. La richiesta del mercato interno viene invece soddisfatta per il 64,1% dalla produzione nazionale.

Si dichiara molto soddisfatto in proposito il presidente dell'Ucimu (Unione costruttori italiani macchine utensili) Alberto Tacchella, che, in occasione della manifestazione "Lamiera", ha affermato: "Tutti gli indicatori volgono al bello. L'auspicio è che queste indicazioni possano continuare a trovare conferma nei prossimi mesi. E questo non soltanto a beneficio dei produttori di robot, ma di tutti gli operatori. La salvaguardia della competitività del made in Italy dipende infatti in misura determinante dall'aggiornamento degli impianti produttivi e dei sistemi di automazione".

AUTOMAZIONE PER COMPETERE NEI SETTORI AVANZATI

Il tema sottolineato da Alberto Tacchella, ovvero l'automazione degli impianti quale strumento per rendere più competitiva un'azienda, è forse la chiave di lettura più rilevante dell'incremento della robotizzazione registrato in Italia.



QUANTITÀ DI ROBOT PRODOTTI (inclusi bracci meccanici)

Numero di macchine

				Variazioni %	
	2003	2004	2005	04/03	05/04
Produzione	5.128	5.839	5.652	+13,9	-3,2
Esportazioni	1.254	1.459	1.302	+16,3	-10,8
Consegne sul mercato interno	3.874	4.380	4.350	+13,1	-0,7
Importazioni	1.947	2.221	2.438	+14,1	+9,8
Consumo	5.821	6.601	6.788	+13,4	+2,8

Fonte - UCIMU

IL MERCATO ITALIANO DELLA ROBOTICA (inclusi bracci meccanici)

Valori in milioni di euro

				Variazioni %	
	2003	2004	2005	04/03	05/04
Produzione	350	395	397	+12,9	+0,5%
Esportazioni	105	115	120	+9,5	+4,3%
Consegne sul mercato interno	245	280	277	+14,3	-1,1%
Importazioni	145	165	177	+13,8	+7,3%
Consumo	390	445	454	+14,1	+2,0%
Saldo commerciale	(40)	(50)	(57)	+25,0	+14,0%
Import/Consumo	37,2%	37,1%	39,0%		
Export/Produzione	30,0%	29,1%	30,2%		

Fonte - UCIMU

La crescita della domanda interna testimonia infatti la volontà delle imprese nazionali di investire risorse importanti nella modernizzazione del tessuto produttivo. Significa proporre un made in Italy tecnologicamente avanzato, per competere in settori complessi.

In Italia, a fine 2005, il parco robot complessivo era pari a ben 76.933 robot, senza contare i bracci meccanici che non vengono considerati robot in senso stretto. Nel solo 2005 l'industria italiana del comparto ha prodotto, in termini di unità numeriche, ben 5.652 robot.

Molteplici sono i campi di utilizzo, ma più della metà dei sistemi viene appli-

cato alla manipolazione, una delle aree che ha anche registrato gli incrementi maggiori negli ultimi anni (+25% in quota valore solo nell'ultimo anno) e che oggi assorbe oltre il 65% della produzione complessiva. Tra le altre aree applicative, spiccano il montaggio, anche in questo caso in forte crescita rispetto agli anni precedenti, la saldatura e il taglio, che detiene una quota relativamente piccola in unità ma pari a quasi un terzo del valore totale del mercato. È interessante osservare anche quali siano i settori di sbocco prevalenti: quanto a numero di unità assorbite la fa da padrone il comparto della produzione di macchinari (2.624 ro-

bot), seguito da quello dei motoveicoli (839 robot), che invece rappresentano il principale mercato per quota valore. Seguono i robot per realizzare prodotti in plastica, le parti e accessori per motoveicoli e motori e i prodotti metallici.

UNO SGUARDO AL PANORAMA DELL'OFFERTA

Lo studio condotto dall'Ucimu sul settore della robotica in Italia traccia anche un profilo delle aziende produttrici di macchinari per l'automazione e della loro evoluzione nell'ultimo anno.

Viene individuata innanzitutto una tendenza del settore, già avviatasi negli anni precedenti, che vede la crescita delle imprese di grandi dimensioni, a sfavore delle piccole e medie. Queste ultime rappresentano attualmente il 42,8% del totale, in diminuzione di ben 22 punti percentuali rispetto al 2003.

A livello geografico, la Lombardia detiene la palma della regione con la più alta densità di produttori di robot, con il 57,1% delle imprese sul totale nazionale. È però il Piemonte ad avere la maggiore percentuale di fatturato e di addetti, rispettivamente il 55,7% e il 48% del totale. Un risultato che è determinato principalmente dalla presenza in questa regione di molte imprese di grandi dimensioni.

Cifra principale dell'offerta di robot nazionale è l'attenzione all'innovazione e alla ricerca, come commenta anche Rezia Molfino, presidente della Siri, l'associazione italiana di robotica e automazione: "I nostri studi hanno messo in evidenza che i robot delle ultime generazioni sono facili da "mettere in rete", da integrare con altri beni stru-

L'altra faccia dei robot: i "service robots"

Robot non significa esclusivamente applicazione industriale. Un'importante fetta di mercato è detenuta anche dai cosiddetti "service robots", macchine automatizzate create per svolgere i compiti più diversi, dalle applicazioni medicali, agricole e spaziali all'uso domestico e ludico. I dati forniti da Unece e IFR indicano a fine 2003 la presenza di 21.000 robot per uso professionale, 610.000 per uso domestico e 700.000 per uso ludico. Le proiezioni per il 2007 stimano la vendita di altri 54.000 robot professionali e più di 6,5 milioni per uso personale.

Tra le aree previste in maggiore crescita, i robot umanoidi e per le pubbliche relazioni, i robot di laboratorio, i sistemi subacquei, le applicazioni di difesa, salvataggio e sicurezza, i robot per la pulizia professionale e le piattaforme mobili per usi multipli. Buone prospettive anche per i robot domestici, prevalentemente usati per la pulizia della casa, per cui si prevede la vendita di oltre 4 milioni di unità, per un valore stimato di 2,7 miliardi di dollari.

Un mondo di robot

La misurazione del livello di robotizzazione mondiale viene effettuata dall'Unece, l'agenzia europea dell'Onu, in collaborazione con l'International Federation of Robotics (IFR).

I dati più aggiornati disponibili risalgono all'ottobre 2004 e indicano la presenza a livello mondiale di oltre 800.000 unità impiegate in ambito industriale. La previsione per il 2007, se permanessero le stesse condizioni di crescita, è il raggiungimento del milionesimo robot attivo nell'industria.

Il Giappone viene indicato come la potenza leader nella produzione, soprattutto in virtù della maggiore esperienza in ambito di robotica, maturata a partire già dagli anni Ottanta e non dalla metà dei Novanta come è avvenuto nel resto del mondo. Ad oggi, tuttavia, il suo primato sta venendo gradualmente eroso da Europa e Nord America, dove si registra un trend di crescita costante, mentre in Giappone il numero di robot usati in campo industriale sta subendo un assestamento che non prevede forti incrementi di unità da un anno all'altro.

Unece e IFR hanno stabilito una classifica a livello mondiale che indica la densità di robot ogni cento addetti dell'industria manifatturiera. In un primo gruppo sono collocati due Paesi, il Giappone e la Corea, che presentano dati di produzione molto alti ma comunque non comparabili con quelli delle altre nazioni, includendo tutti i tipi di robot industriali. A capo del secondo gruppo sta la Germania, seguita dall'Italia e dalla Svezia. Solo i primi due Paesi possono vantare un rapporto superiore a un robot ogni cento persone impiegate, rapporto che scende a 0,72 per la Francia, 0,63 per gli Stati Uniti, 0,39 per la Gran Bretagna e 0,24 per la Norvegia. La densità media di robot industriali presenti nell'Unione Europea si attesta a 0,93 per cento addetti, superando quella degli Stati Uniti di quasi il 50%.

mentali e con risorse manifatturiere qualificate.

Le macchine moderne, disegnate sull'onda dell'innovazione, beneficiano dei recenti sviluppi tecnologici e dei passi fatti dai costruttori".

PERCHÉ INVESTIRE IN ROBOT?

Quanto al valore del settore per lo sviluppo dell'industria manifatturiera, Rezia Molfino afferma: "La tecnologia roboti-

ca rappresenta per il comparto manifatturiero un fattore di sviluppo indiscusso e fondamentale. Mai come oggi se ne è avuto coscienza.

L'automazione flessibile dei processi di produzione, attraverso l'uso intelligente di robot, che sono sempre più oggetti meccatronici integrati e orientati alla soluzione di classi di compiti, consente di rispondere alle odierne sfide dell'industria manifatturiera, permettendo la riduzione dei tempi di immissione dei prodotti sul mercato, l'adeguamento ai paradigmi di "mass customization" e alla miniaturizzazione dei prodotti, la riduzione dei costi a parità di qualità dei manufatti". Una riflessione attraverso la quale si possono leggere alcune delle principali motivazioni che spingono sempre più le aziende sulla strada dell'automatizzazione, vale a dire la ricerca di più alti standard qualitativi e del recupero di produttività.

Inoltre, l'evoluzione della tecnologia di produzione dei robot ha permesso negli ultimi anni un abbattimento dei costi a fronte di un continuo miglioramento delle performance, rendendone sempre più conveniente l'acquisto.

Sotto l'aspetto delle previsioni, Ucimu ritiene che, nel 2006, la produzione dovrebbe crescere del 3,3%, in ragione del positivo andamento registrato sia dalle esportazioni sia dalle consegne sul mercato interno.



Per essere i primi bisogna avere i numeri

Ottant'anni di tradizione
e valori, di obiettivi ambiziosi
e traguardi raggiunti, sono
le ragioni che ci spingono
a guardare al futuro con grande
voglia di fare, ma sono anche
motivo per dirvi GRAZIE:
perchè sono la soddisfazione
e la fiducia dei nostri Clienti
il nostro vero successo.



Usag: un successo che si tramanda da 80 anni.

Novità mondiale!

Le nuove minismerigliatrici Bosch proteggono 3 volte.



NOVITÀ! Minismerigliatrici angolari GWS 11 E GWS 14 Professional.

Con triplo sistema di protezione: l'esclusivo sistema **KickBack**

Stop riconosce in un istante il blocco della mola e blocca immediatamente la macchina. La protezione al riavvio accidentale impedisce che la macchina si rimetta in moto in modo incontrollato in caso di interruzione temporanea di corrente. Infine la cuffia di protezione antirotazione protegge anche in caso di esplosione della mola. Maggiori



BOSCH

Tecnologia per la vita



* Per tutti gli elettrodomestici della linea professionale, esclusi Aria Compressa e Accessori in dotazione, in caso di registrazione entro 4 settimane dall'acquisto al sito www.bosch-pt.com/warranty