



## IN PRIMO PIANO

### INDICAZIONI PER IL FUTURO

L'Italia, con un sistema finanziario piuttosto sano e un sistema imprenditoriale organizzato in distretti, ha le potenzialità per resistere e iniziare a risalire lentamente la china della crisi. Così la pensa Nouriel Roubini, guru dell'economia e precursore della bolla immobiliare Usa, che rimprovera però al Paese il ritardo sulle grandi riforme strutturali. Prova ne sono i diversi settori esaminati in questo numero – dall'energia solare, alla valorizzazione e difesa del territorio, alle biotecnologie, alla digitalizzazione delle Pmi – che, nonostante risultati significativi e prospettive promettenti, lottano ogni giorno contro i tempi e i costi della burocrazia, la carenza di infrastrutture, la resistenza culturale al cambiamento. Forse, la ripresa sarà facilitata da manager, in particolare delle risorse umane, più consapevoli del loro ruolo nel favorire la trasformazione di una società che fa fatica a rinnovarsi. » [pagg. 12, 16, 25, 30, 33, 45, 76](#)

segnalano la prosecuzione di una flessione delle vendite (-4,7% rispetto a gennaio 2009), sebbene per effetto dell'andamento positivo sui mercati extra-europei il dato complessivo faccia segnare un leggero recupero (+0,6%). «Se guardiamo comunque ai nostri principali mercati di sbocco cogliamo segnali incoraggianti – afferma Gaetano Fausto Esposito, Segretario Generale di Assocamerestero, commentando i dati Istat sul commercio estero – a febbraio, infatti, Germania, Francia, Spagna e Regno Unito, che fanno il 36% del nostro export, registrano aumenti congiunturali rispettivamente dell'11,3%, 8,6%, 13,4% e 15,5%. Questa situazione potrebbe rivelare una tendenziale ripresa delle nostre esportazioni, trainata in particolare dai

#### MARCHIO UE DIVENTA MENO COSTOSO

A partire dal 1° maggio 2009 il costo della protezione di un marchio comunitario, il vero passaporto per il mercato unico europeo e per i suoi 500 milioni di consumatori, è ridotto del 40% e passa da quasi 1.600 a 900 euro per le domande inoltrate via Internet. Questa modifica ha l'obiettivo di incentivare le imprese, in particolare le Pmi, ad accedere a una tutela dei propri brand a prezzi contenuti. Si tratta della seconda riduzione operata nell'arco di cinque anni, grazie all'azione dell'Uami, l'Ufficio per la Registrazione dei Marchi, Disegni e Modelli dell'Unione Europea, competente per la registrazione dei marchi dei disegni e modelli comunitari. Secondo quanto dichiarato dal Commissario Europeo per il Mercato Interno Charlie McCreev questa operazione consentirà

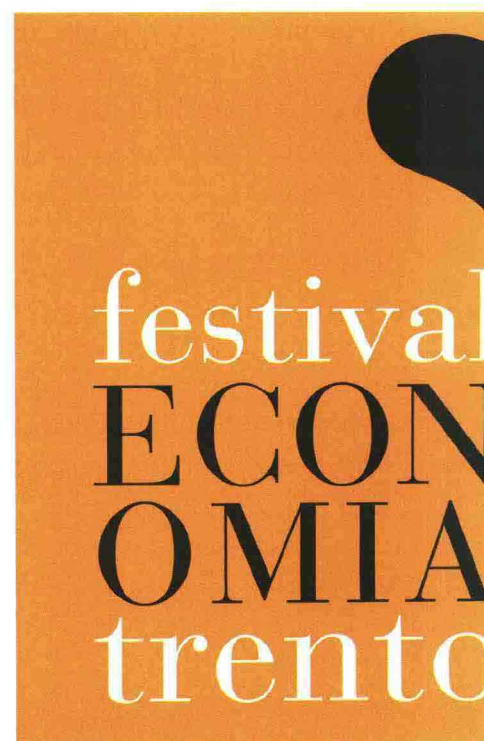
un risparmio annuo di 60 milioni di euro. La forte incentivazione dell'uso delle nuove tecnologie negli ultimi anni ha inciso anche sui tempi medi necessari per la registrazione di un marchio comunitario, che sono scesi del 50%, passando dalle 16 settimane del 2004 alle 8 del 2009.

L'Uami nel 2008 ha ricevuto 87.000 domande di cui l'8% provenienti dall'Italia, che si colloca al quarto posto tra le nazioni che più si avvalgono del marchio comunitario nel mondo e al terzo posto in Europa. Le classi di prodotti più coinvolte riguardano l'abbigliamento e vari tipi di strumenti scientifici, tecnici e fotografici.

[www.limpresaonline.it](http://www.limpresaonline.it)

#### EXPORT TIENE GRAZIE A CRESCITA EXTRA-UE

I dati destagionalizzati dell'export italiano in Europa



Festival dell'Economia, "Identità e crisi globale"

## IN PRIMO PIANO



mercati extra-UE – prosegue Esposito – su cui nel mese di febbraio il Made in Italy registra un surplus di 2,7 miliardi di euro e oggi le vendite fuori dall'Europa pesano per il 42%, contro il 39% del 2004. Probabilmente l'utilizzo di dati non destagionalizzati farebbe emergere tendenze molto più incoraggianti per le esportazioni italiane in Europa, soprattutto se confrontate con quelle dei principali competitor europei».

[www.assocamerestero.it](http://www.assocamerestero.it)

#### BRAND DESIGN PER NUOVI STILI DI CONSUMO

Nell'ambito del convegno "Prima di tutto donna" organizzato da Somedia lo scorso marzo, dedicato alla donna come trend setter di stili di vita e di consumo, Roger Botti, direttore operativo RobilantAssociati

– società di consulenza alle imprese specializzata in strategie innovative, che usano sapientemente la leva del design – ha evidenziato come attraverso le innovazioni del packaging dei prodotti alimentari sia possibile leggere i valori sui quali si basano le scelte di consumo delle nuove donne. «I driver che guidano i consumi alimentari di oggi sono il bisogno di trasgressione, per una fuga emozionale dalla realtà, e il bisogno di antidoto, utilizzando cioè i prodotti alimentari come appagamento personale e benessere interiore» dichiara Roger Botti. Questo cambio di contesto e di valori, si traduce inevitabilmente in un radicale cambiamento della comunicazione dei prodotti verso le donne.

[www.limpresonline.it](http://www.limpresonline.it)

#### GLI ITALIANI IN UFFICIO

La prima ricerca europea sull'organizzazione in ufficio, commissionata a Gfk nel mese di marzo '09 da DYMO, lo specialista dell'organizzazione in ufficio, dimostra che "essere organizzati in ufficio significa essere efficienti".

Per quanto riguarda il nostro Paese, il 79% degli italiani ritiene che l'organizzazione in ufficio sia sinonimo di efficienza e il 92% è convinto che un'azienda organizzata sia in grado di risparmiare sulle spese di gestione. Dirigenti e impiegati hanno la stessa attitudine all'ordine, ma il 77% dei dirigenti è più focalizzato sulla produttività e l'efficienza, mentre il 58% degli impiegati è più concentrato sull'immagine e sulla ricerca di strumenti in grado di semplificare i compiti da assolvere.

[www.limpresaonline.it](http://www.limpresaonline.it)

#### BUONA PROVA DI LOBBY ITALIANA IN CINA

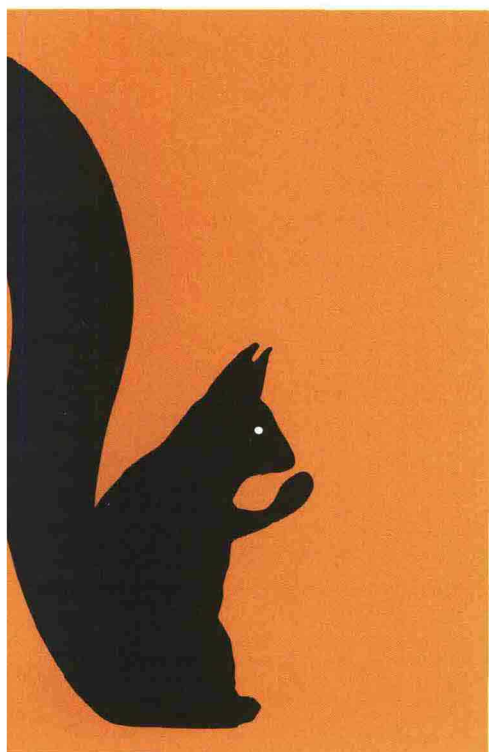
Il 20 aprile scorso si è tenuta in Cina, nella Provincia dello Jiangsu, la seconda edizione del "Meeting delle aziende italiane di Suzhou e Le Autorità municipali di Suzhou" organizzato dal Consolato Generale d'Italia a Shanghai d'intesa con Ice, Istituto per il Commercio Estero e Ccicc, Camera di Commercio Italiana in Cina, in collaborazione con l'Ufficio Affari Esteri del governo municipale di Suzhou.

Quest'anno, la presenza dell'ambasciatore d'Italia Riccardo Sessa ha reso l'incontro ancora più prestigioso soprattutto agli occhi delle autorità municipali cinesi: esibire, in questo specifico momento di crisi, un fronte unico così autorevole ha suscitato, presso il governo di Suzhou, l'idea di una business community italiana compatta che sa in quale direzione vuole andare.

«Si tratta indubbiamente del primo esempio di successo di attività di lobby italiana strutturata pubblico-privato, che si è potuta realizzare qui in Cina – ha dichiarato Maurizio Forte, il direttore Ice a Shanghai – grazie all'azione dei nostri rappresentanti istituzionali congiuntamente alla sollecitudine degli imprenditori italiani a Suzhou».

La giornata di lavori si è conclusa con una manifestazione di volontà per la realizzazione di uno "sportello Italia" presso il governo di Suzhou a supporto di tutte le aziende italiane che si sono già stabilite in questa municipalità e per quelle che invece stanno ancora decidendo di delocalizzare; sportello che – se dovesse essere veramente costituito – rappresenterebbe un traguardo ambizioso di questo piccolo distretto industriale italiano in Cina.

B. Ra.



Trento, dal 29 maggio al 1° giugno 2009