

L'Imprenditore



5
PRATO
IL XII Forum
della
Piccola Industria

40
INCHIESTA
Sicurezza sul lavoro
opinioni a confronto

65
OUTSOURCING
L'impresa-rete

EXPORT
Leva fondamentale
per la ripresa



agosto-settembre 2010

L'Imprenditore



SOMMARIO

Direttore responsabile
Giovanni Paolo Ciravegna

Direttore editoriale
Giuseppe Magri

Direttore
Fausto Aquino

Vice direttori
Andrea Milano
Delio Napoleone

Comitato di direzione
Franco Bocchini, Marco Carlini,
Renato Cifarelli, Romano dalla Chiesa,
Michele De Sio, Mauro Gola, Cosimo Romano,
Giuseppe Seminara

Coordinamento redazionale
Paola Centi
imprenditore@confindustria.it
www.confindustria.it

Editore
Servizio Italiano Pubblicazioni
Internazionali SIPI spa

Presidente
Daniel Kraus

Amministratore Delegato
Luigi Paporini
Viale Pasteur, 6 - 00144 Roma
tel. 065920509 - fax 065924819

Concessionaria di pubblicità
Il Sole 24 ore Spa - System
Milano - Via Monte Rosa, 91 - tel. 0230223770
Agente nazionale
H.P. 10 Srl
Milano - Via A. Verga, 12 - tel. 0248003799



ASSOCIATO A
A.N.E.S.



Aut. Tribunale di Roma n.138
del 29 gennaio 1949

Progetto grafico
Crea Identity srl

Stampa
Litosud srl - Via C. Pesenti, 130 - 00156 Roma

Foto
Agenzia Sintesi, Contrasto, Studio Franceschin,
Tips Images.
La foto del manifesto Anmil è di
Riccardo Venturi, le altre foto dell'articolo
sono di Piero Marchetti.
La foto di Andrea Moro è di Niccolò Caranti.

Finito di stampare
14 settembre 2010

EDITORIALE

5 Prato: le tesi di tutti
di Francesca Accinelli

7 Prato: appuntamento
con la piccola
di Massimo Giaccherini

PRIMO PIANO

9 L'export non tradisce
il made in Italy
Intervista a Paolo Zegna
di Patrizia Caridi



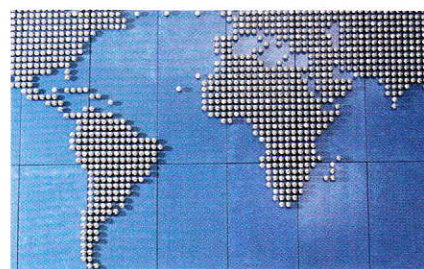
12 La Farnesina cambia pelle
A colloquio con Franco Frattini
di Romano dalla Chiesa

18 Chi compra falsi sostiene
una filiera criminale
Intervista a Santo Versace

20 Tappi in giro per il mondo
di Alberto Baban

22 Una piccola nel Far East
di Barbara Franchini

24 Il succo del successo
è la qualità
di Marcello Cacace



27 Estero, un supporto
alle imprese

Intervista a Luca Guzzini
di Silvia Tartamella

MERCATI ESTERI ISTRUZIONI PER L'USO

29 Marketing internazionale

CENTO ANNI DI CONFINDUSTRIA

35 Un secolo di storia

FOCUS

38 La Giornata nazionale
della piccola e media impresa
di Stefano Zapponini

**INDU
STRIA
MOGI**
20 novembre 2010

ABBONAMENTI

Nome _____
Cognome _____
Indirizzo _____
Cap _____ Città _____
Provincia _____ Stato _____
Data _____ Firma _____

MODALITÀ DI PAGAMENTO

Assegno non trasferibile Versamento sul c/c postale

Acconsento al trattamento dei dati personali in base alla legge 675/96 art.13 per fini strettamente commerciali

SI NO

Firma

Gli inserzionisti di questo numero:

Atradius, Co.Mark, Federacciai, Fiera Milano, Fondazione Cuoa, Ibm, Inaz, Ipaf, Istituto Credito Sportivo, Lavazza, Progetto Lavoro, Sorgenia, 3M, UniCredit

ABBONAMENTI

PER 10 NUMERI Euro 37,00

PER L'ESTERO Euro 47,00

Gli abbonamenti decorrono dal gennaio di ciascun anno. All'atto della sottoscrizione è comunque facoltà dell'abbonato richiedere una diversa data di decorrenza o l'invio dei fascicoli arretrati. I fascicoli non pervenuti devono essere reclamati dall'abbonato non appena ricevuto il fascicolo successivo. Dopo tale termine l'ufficio abbonamenti provvede alla spedizione solo contro rimessa dell'importo. Per cambio di indirizzo si prega di allegare alla comunicazione di variazione la targhetta del fascicolo pervenuto.

Per abbonarvi inviate la cedola a:
LICOSA S.P.A.
VIA DUCA DI CALABRIA 1/1 - 50125
FIRENZE
FAX 055.641257 - TEL. 055.64831

INCHIESTA



40 Salute e sicurezza 2010

di Fabio Pontrandolfi

44 Maggiore cultura e dialogo

Intervista a Franco Bettoni
di Emanuela Cherubini

48 Una rivoluzione incisiva

di Roberto Testore



50 I costi della sicurezza

di Andrea Moro

54 Meno infortuni, più investimenti

di Sergio Torrisi

58 Nella formazione qualcosa è cambiato

di Michele Lignola

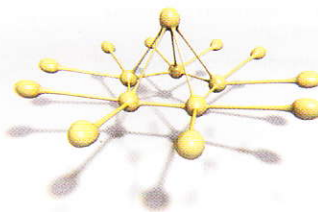
ATTUALITÀ

62 Emma Marcegaglia a Bruxelles: più politica industriale

di Gianfranco Dell'Alba

65 Outsourcing/1 L'impresa-rete

di Matteo Caroli



71 Outsourcing/2 Flessibilità e crescita

di Francesca Milano

SALONE DNA ITALIA

L'ISTITUTO PER IL CREDITO SPORTIVO APRE LE PORTE ALLA CULTURA

Dall'1 al 3 ottobre presso il Lingotto Fiere Torino avrà luogo DNA ITALIA, il primo salone interamente dedicato alle tecnologie e metodologie per la conoscenza, conservazione, fruizione e valorizzazione dei Beni e delle Attività Culturali. L'obiettivo è quello di dare visibilità ai progetti, ai materiali e alla tecnologia applicata, in uno spazio espositivo progettato per valorizzare al massimo contenuti ed esperienze.

Il Credito Sportivo sarà presente come sponsor ufficiale dell'evento, in primis per dare continuità al processo di comunicazione sulle opportunità finanziarie che la banca offre al mondo della Cultura iniziato già in occasione dell'Expo Universale di Shanghai e inoltre per proseguire nella costruzione di un network con i principali attori che formano la cosiddetta "industria culturale" dell'Italia. Un evento che contemporaneamente



allo spazio fieristico dove l'Istituto avrà modo di organizzare nel proprio stand una serie di incontri B2B con le Istituzioni, le piccole e medie imprese e le grandi industrie della filiera culturale del nostro Paese, prevede un am-

pio spazio dedicato ad un workshop tematico volto alla presentazione di alcuni case history di progetti finanziati dall'Istituto che mettano in evidenza il delicato rapporto tra investimento pubblico/privato e ricaduta economica sul territorio, soprattutto sui temi della gestione e della sostenibilità economica delle strutture, problematiche queste comuni anche allo sport, settore nel quale l'ICS vanta un'esperienza finanziaria di oltre cinquant'anni. Mutuando alcune esperienze virtuose dal golf, dall'equitazione, e dalle prime operazioni di mutuo relative al settore dei beni e delle attività culturali, dal Workshop la banca si attende che

possano nascere molteplici opportunità di confronto finalizzate a comprendere le esigenze di chi, avendo il compito di gestire e valorizzare un Patrimonio caratterizzato da una dimensione culturale, deve necessariamente occuparsi di tutti gli aspetti "gestionali", non solo quelli conservativi e di ripristino, ma anche pagare una bolletta energetica, illuminare e climatizzare i locali, proteggere (sia fisicamente che con coperture assicurative) il patrimonio a lui affidato, organizzare e "comunicare" quella parte del Patrimonio aperto al pubblico, e naturalmente attrarre i visitatori, gestendo in conto economico attivo. Aperti e flessibili ad accogliere le diverse esigenze che un mondo così complesso, ma ricco di opportunità come quello della Cultura offre al Paese, l'impegno del Credito Sportivo è diretto ad assicurare che il patrimonio storico-artistico e territoriale italiano possa, in primis, conservarsi come un bene prezioso per l'Italia e contemporaneamente tramutarsi in un effettivo vantaggio competitivo, diventando uno strumento "attivo" di sviluppo dell'occupazione e del Pil, soprattutto per quelle regioni che dispongono di una notevole dotazione di beni culturali.

Le tecnologie sono oramai un ingrediente essenziale di ogni intervento sul Patrimonio Culturale, ma sono poco "maneggevoli" per tre ordini di motivi:

- estrema varietà delle discipline coinvolte (chimica, nuovi materiali, sensoristica, ICT, impiantistica, energia, ...) che richiede molteplici competenze specialistiche per una corretta comprensione e presidio;
- frenetico tasso di innovazione di molte delle discipline coinvolte che spesso non si limita a una semplice innovazione incrementale ma genera "breakthrough tecnologici" che aprono nuovi spazi di utilizzo spesso impensabili;
- "fertilizzazione incrociata" delle discipline coinvolte; ad esempio le tecniche di pulitura di statue e monumenti antichi erano prevalentemente meccaniche; oggi vi sono anche tecniche chimiche, l'utilizzo di laser fino al recente isolamento di un ceppo di batteri "mangia patine".

Serve quindi un presidio qualificato e continuativo che consenta di gestire al meglio la dimensione tecnologica lungo tutto il processo: la valutazione e scelta delle tecnologie più adatte, il loro acquisto (identificando i fornitori più capaci e affidabili o scrivendo bandi "competitivi") e il processo manutentivo più adatto (privilegiando ad es. le indagini preventive), associando inoltre a tali soluzioni tecnologiche i costi reali (sia di messa in opera che di manutenzione/evoluzione) e assicurando al personale coinvolto le giuste competenze per usare al meglio tali tecnologie.

*Andrea Granelli,
program manager per l'area "nuove tecnologie per i beni e le attività
culturali e turistiche d'Industria 2015 e ideatore di DNA ITALIA*