

IMPRESA INNOVAZIONE

TRENTINOSVILUPPO
IMPRESA INNOVAZIONE SOSTENIBILITÀ

IL PUNTO

L'idea per la lampada gli è venuta osservando la zampa di un coleottero. Il suo casco nero opaco ha sorpassato in curva correndo veloce verso nuovi mercati. Marco Cattaneo, anima di Momo Design, ha fatto della creatività, della ricerca tecnica, della cura dei materiali il proprio successo. Un'avventura imprenditoriale iniziata dallo start-up nel mondo delle corse, brevettando il volante con il quale la Ferrari vinse il campionato del mondo, divenuta oggi uno dei punti di riferimento per il made in Italy. Attorno a lui, alla sua storia, sarà incentrata l'edizione 2009 del Bic Day. "Creatività e competitività" il titolo della quinta Giornata dell'innovazione che avrà un sapore particolare, chiudendo idealmente l'Anno europeo della creatività e dell'innovazione.

Cosa rimane della dedica scelta dalla Commissione europea? Enzo Rullani, docente di Economia della conoscenza, intervistato da "Impresa Innovazione", non ha dubbi: "Serve più intelligenza a metro quadro". Il vecchio modello di impresa che mangia spazi, braccia e chilometri è ormai superato. Nel futuro vincerà chi saprà innovare, pensare creativo, produrre beni e servizi ad alto valore aggiunto e riuscirà a farlo in connessione con il mondo.

Una grande scommessa alla quale anche il piccolo Trentino non può sottrarsi. Dentro e fuori dai Bic.

Davide Modena



IN QUESTO NUMERO

pag. 02	Intervista con Marco Cattaneo
pag. 03	Intervista con Enzo Rullani
pag. 06	L'arte di innovare Quattro passi verso la creatività
pag. 08	Dal Seed Money ai Business Angel, strumenti "creativi" per imprese innovative
pag. 10	Fly atterra in Trentino
pag. 12	Aree produttive: Molveno, Rovereto e Grigno in dirittura d'arrivo
pag. 12	Giovani, nuovi lavori e creatività. Una ricerca in Trentino
pag. 14	Prestiti partecipativi per le imprese

Creatività e competitività

AL BIC DAY 2009 MOMO DESIGN

GIOVEDÌ 3 DICEMBRE, ALLE 18.00 PRESSO IL POLO TECNOLOGICO DI ROVERETO, IMPRENDITORI A COLLOQUIO CON MARCO CATTANEO

Spegne cinque candeline, il "Bic Day", e per celebrare il primo lustro torna alle origini. Nel 2005 toccò all'ex campione di Formula 1 Ivan Capelli tenere a battesimo l'edizione d'esordio della Giornata dell'innovazione. Il prossimo 3 dicembre protagonista sarà un altro uomo che nel mondo delle corse ha gettato le basi del proprio successo imprenditoriale: Marco Cattaneo, classe 1936, tra i fondatori di Momo ed oggi presidente di MomoDesign. L'appuntamento è al Polo tecnologico di Rovereto a partire dalle

ore 18.00, un modo originale per accompagnare quest'ultimo scampolo di 2009, "Anno europeo della creatività e dell'innovazione".

«Il Bic Day – spiega Alessandro Garofalo, consigliere delegato di Trentino Sviluppo ed ideatore dell'iniziativa - è un momento di incontro e di reciproca conoscenza tra imprenditori e addetti alla ricerca, per esaltare chi dell'innovazione nel proprio campo ha fatto una missione, nella vita come nel lavoro».

segue a pagina 2

continua dalla prima

«Quest'anno abbiamo invitato Marco Cattaneo perché rappresenta un cortocircuito efficace tra l'utilizzo della tecnologia e la capacità di provocare emozioni», sottolinea Garofalo. Sul "trono" del Bic Day Marco Cattaneo succede ad Oliviero Toscani (2008) e Mario Moretti Polegato, patron di Geox (2007). Lo abbiamo incontrato anticipando alcuni dei temi che si affronteranno nel "colloquio" di giovedì 3 dicembre.

Cattaneo, il successo di Momo inizia da un volante: quello con cui John Surtees e la Ferrari vincono nel 1964 il campionato del mondo. Davvero un dettaglio può rivelarsi tanto importante?

In questo caso si tratta di alcuni dettagli che hanno cambiato il volante. In precedenza i volanti erano tutti molto grandi e avevano impugnature sottili rispetto alle dimensioni di una mano. L'innovazione è stata determinata dallo studio di una nuova impugnatura e di un nuovo diametro. Un diametro più piccolo e un'impugnatura più grossa ed ergonomica, soprattutto in certe zone dove si afferra il volante. Ne è derivata una maggiore semplicità di guida, un grip anatomicamente più corretto e quindi una maggiore facilità di guida e di manovra.

Cosa significa creatività?

In senso lato è uscire dal sistema, rivoluzionario, ribaltare un'ottica, trovare vie diverse. Chi segue uno schema fisso rimarrà sempre legato a delle rotaie.

Quanto è stata importante questa sua attitudine a rompere gli schemi?

Molto, perché permette di "dribblare" tanti problemi, di non rimanere bloccati in una strada chiusa. Se sviluppi la creatività trovi delle vie alternative anche per risolvere problemi tecnici o ingegneristici.

Ha dei limiti la creatività?

Non ha limiti. In linea di massima è sempre meglio coniugarla con l'esigenza di certi mercati, non deve anticiparli troppo, basta essere più avanti rispetto ai concorrenti. Se in certi settori realizzi un prodotto estremamente avanti nel tempo, molti lo guardano e ne rimangono affascinati, ma in pochi lo comperano. E se in pochi lo comperano non crei né mercato né business.

Creativi si nasce o si diventa?

Indubbiamente serve una predisposizione. Penso però che si potrebbe insegnare un metodo per diventare creativi, per capire meglio cosa significa creatività. Imparare ad esempio come da una zampa di coleottero possa nascere una meravigliosa lampada. Non c'è niente di meglio della natura che ci circonda per darci l'input a realizzare qualcosa di creativo. Molto importante è la curiosità, sfogliare di tutto, vedere le miriadi di cose che ci circondano, che fanno parte del nostro universo e della nostra cultura. Questi atteggiamenti aiutano a sviluppare una sensibilità all'intuizione e alla creatività.

La sua esperienza in Momo inizia nel 1974 dallo start-up. Quanto hanno pesato quegli anni?

Molto. Io poi venivo da un'esperienza precedente importante, soprattutto con una società americana di marketing e pubblicità tra le più importanti al mondo, la Young&Rubicam, che alla fine degli anni Sessanta ha fatto scuola in Italia e in Europa. E' stata un'esperienza che mi ha aperto gli orizzonti, mi ha fatto capire l'importanza del metodo, le grandi potenzialità del marketing, mi ha dato gli strumenti per comprendere come funziona realmente il mercato. Quando poi mi sono trovato nella fase iniziale dello sviluppo Momo, ho usufruito della mia esperienza per fare valutazioni rapide indispensabili per avviare una nuova attività di impresa.

Momo nasce dalle corse. Quanto è importante la competitività nel suo modo di concepire l'azienda?

Aiuta molto, perché lavorare in un settore altamente competitivo significa operare con un tecnicismo ed una competizione esasperata. Quando il 1° maggio 1994 ci fu l'incidente di Ayrton Senna, pur essendo assolutamente certi del nostro lavoro, apriamo lo stabilimento di notte per ricontrrollare se tutte le procedure eseguite sul volante erano corrette: basta un piccolo errore per distruggere la vita di un pilota e di una famiglia,



MARCO CATTANEO nasce a Pavia nel 1936, terzo di tre fratelli, padre dentista. Laurea in Scienze politiche, la prima esperienza lavorativa è nel reparto commerciale di un'azienda farmaceutica di Firenze. Passa poi alla Young & Rubicam, una delle più importanti agenzie del mondo di marketing e pubblicità, quindi alla Isolabella (liquori) come direttore marketing.

Nel 1974 inizia la sua avventura in Momo, diventando poi managing director. Nel 1981 Cattaneo crea il Centro stile, la MomoDesign, che all'inizio è orientato al settore dell'auto e in seguito si apre anche al lusso (orologi, sacche da golf, valigie, occhiali etc.).

Nel 1996 la società Momo, compreso il Centro stile MomoDesign, viene acquistata dalla multinazionale americana Breed Technologies. Marco Cattaneo rimane a lavorare con Breed per oltre tre anni in qualità di managing director.

Nel 1999 decide di riacquistare dalla società americana il Centro stile MomoDesign e i relativi marchi, iniziando così una nuova attività con la partecipazione dei figli Paolo (classe 1969) ed Eleonora (1971).

La sede di Momo Design è a Milano. L'azienda ha 18 dipendenti, di cui 9 architetti e designer. Il fatturato è di 45 milioni di euro, realizzati per il 70% all'estero.

un'azienda e tutti gli operatori che ci lavorano. Il mondo delle corse è l'esasperazione della creatività, del tecnicismo, della sicurezza massima. Nascere con un prodotto esasperato facilita poi tutto ciò che si fa dopo. I nostri accessori, e in particolare il nostro volante messo a punto per la Formula 1, ci hanno permesso di lavorare con clienti come Ferrari, Rolls Royce, Fiat, Maserati, Porsche, Lamborghini, Toyota, Mazda, Honda, Jaguar etc... Essere omologati da Toyota è stato un incubo: sono rimasti in azienda per 15 giorni, ed anche se eravamo preparati, abbiamo dovuto programmare una nuova visita per applicare le modifiche da loro richieste. Da lì possiamo dire che è entrata la cultura della qualità del prodotto, del metodo, della sicurezza, dell'alto tecnicismo, dell'efficienza e della logistica.

Mai un bilancio in perdita, per Momo, in 25 anni di attività. Come ci si riesce?

Dal 1974 al 1998 Momo ha realizzato un incremento medio annuo di fatturato attorno al 25%. Come è stato possibile? Grazie ad un lavoro intenso, un po' di fortuna e una serie di tecniche di marketing che abbiamo applicato in varie parti del mondo. In Giappone, ad esempio, dove realizzavamo volumi di vendite superiori ai 25 milioni di dollari, eravamo sempre attenti al prodotto e all'immagine. Era una rincorsa continua: lifting, restyling e sviluppo di nuovi prodotti, pubblicità, i giapponesi amano moltissimo le ultime novità. La creatività, la qualità e la personalità dei nostri prodotti hanno poi fatto il resto.

Design e tecnologia. E' questo il binomio vincente di Momo Design?

Nel 1999 quando ho riacquistato dal gruppo americano Breed il Centro Stile Momo Design, con gli architetti e i designer abbiamo deciso di trasferire il know how Momo in Momo Design. Siamo quindi partiti con l'obiettivo di fare di Momo Design un prodotto tecnico, altamente innovativo, materico, dal carattere

molto forte. Così abbiamo iniziato a sviluppare una prima linea di orologi, poi sono venuti i caschi, gli occhiali, le travel bag, le scarpe, le biciclette etc... Per il casco, ad esempio, abbiamo scelto colori opachi senza disegni e un marchio in estrema evidenza quando sul mercato la maggioranza dei caschi venduti erano lucidi e molto disegnati. Abbiamo così conferito al nostro casco una personalità forte, distintiva, che evidentemente i clienti hanno apprezzato.

Colori, materiali, forme. Torniamo ai dettagli che fanno la differenza. Sono forse un valore aggiunto in questo periodo di difficoltà?

Il colore può essere un elemento che attira, che richiama l'attenzione su certi prodotti, ma un buon prodotto, come ogni torta, deve avere un giusto equilibrio tra tutti i suoi ingredienti. I nostri prodotti sono spesso molto emozionali, ed il colore in questo aiuta, ma hanno anche degli alti contenuti tecnici, una ricerca dei materiali sofisticata, uno studio meticoloso della forma e di ogni singolo dettaglio.

Cosa insegna la crisi economia che stiamo attraversando?

Quella che avvertiamo oggi è ben più di una crisi. E' un terremoto a livello mondiale che potrebbe cambiare anche l'approccio al consumo. Quindi a breve potremmo anche trovarci di fronte ad un consumatore che compie delle scelte diverse. In più, quando si cade dal K2 - o meglio, stiamo cadendo, perché il tonfo non è ancora arrivato, il momento più duro, penso sarà da adesso a giugno del prossimo anno - si scende in 10 minuti, ma per risalire servono anni. In questi mesi molto difficili le aziende devono continuamente controllare i conti, cosa che spesso non si faceva. Nell'evoluzione di Momo, pur operando ai tempi in un mercato in crescita, avevamo delle simulazioni continue sull'andamento del mercato e dei parametri economico-finanziari della nostra azienda, adeguando le strutture di incremento ad eventuali

sossoni di decremento. Abbiamo comunque incrementato i nostri fatturati velocemente, ma avevamo anche una certa sicurezza che se il mondo fosse cambiato eravamo in grado di adeguarci con una certa rapidità.

Che consiglio darebbe a chi sta avviando una nuova impresa? Fare l'imprenditore è di per sé un rischio. Per ridurlo uno deve conoscere bene quello che vuole fare, dal prodotto al mercato, al posizionamento, ai concorrenti, etc. E' necessaria quindi una buona preparazione ad ampio raggio. Molte volte aziende che sono bravissime a fare dei prodotti hanno grandi

difficoltà a venderli per una mancanza di preparazione nelle strategie di marketing. E quindi ecco che nasce un problema. Le valutazioni da fare sono molte e devono essere ben meditate.

Oggi è più difficile avviare un'impresa?

Viviamo in una realtà molto complessa. Negli anni Sessanta, Settanta ed Ottanta sono stati in tanti a fare fortuna perché il mercato era completamente diverso. Un mercato in aumento, molto più facile, che perdonava di più, con i prodotti che venivano venduti anche se non erano perfetti in tutte le loro

componenti. Negli anni Cinquanta, ad esempio, le automobili erano al 90% nere e venivano vendute ugualmente. Non era necessario farle rosa, bianche, gialle, 2.000 turbo piuttosto che 1.800 turbodiesel; si costruiva la macchina nera e la gente comperava la macchina nera. L'obiettivo era focalizzato sulla produzione. Oggi le esigenze del consumatore sono aumentate enormemente e vendere è diventato molto, molto difficile. I tempi dell'improvvisazione sono ormai lontani.

Davide Modena



DALLA QUANTITÀ ALLA QUALITÀ, DANDO SPAZIO ALL'INTELLIGENZA

LA RICETTA DI ENZO RULLANI: « LO SVILUPPO È DIVENTATO INSOSTENIBILE PERCHÉ HA CONSUMATO LE SUE PREMESSE. COMINCIAMO A PENSARLO IN MODO DIVERSO »

ENZO RULLANI. 62 anni, è professore di Economia della conoscenza presso la Venice International University, dopo aver insegnato per anni Strategie di impresa nell'Università Ca' Foscari di Venezia. Dirige inoltre il t.Lab, laboratorio del terziario che innova presso il CFMT di Milano. Tra i suoi ultimi lavori "Creatività in rete" (Angeli), "Reti di impresa oltre i distretti" (Sole 24 Ore), "Innovare" (Egea), "Dove va il Nordest" (Marsilio). In arrivo il nuovo libro sul tema della modernità sostenibile e della crisi (Marsilio).

"Ogni volta che la conoscenza viene usata si porta a casa un po' di valore aggiunto". Non ha dubbi Enzo Rullani, docente di Strategie d'impresa e di Economia della conoscenza presso la Venice International University, su quale debba essere la nuova formula dello sviluppo. "Dobbiamo fare prodotti basati su conoscenze originali ma riconoscibili e riconosciuti da un vasto pubblico di potenziali utilizzatori. Magari prodotti di nicchia - spiega Rullani - differenti da tutti quelli che fanno gli altri, ma dobbiamo farli globalmente, moltiplicando il valore della conoscenza".

Prof. Rullani, rimaniamo sul binomio creatività e impresa. Più facile o più difficile in tempo di crisi?

In tempo di crisi chi è a reddito variabile, come l'artigiano, il piccolo imprenditore o il lavoratore autonomo, soffre più degli altri in quanto soggetto che deve "farsi il mercato". Tuttavia ha il vantaggio, rispetto ai lavoratori dipendenti, di potersi dare da fare per proporre al mercato nuove idee e per cambiare la propria professionalità. La creatività è un elemento che può fare la differenza quando le cose vanno male.

In che senso?

Le aziende si distinguono in tre categorie: le "routinarie" che producono a costi bassi cose banali; le "flessibili" che esercitano la propria creatività in risposta alle esigenze di qualcun altro che chiede loro di cambiare e riescono a farlo in tempi rapidi e a costi limitati; infine le "creative" che riescono a fare di più, perché non inseguono la domanda ma la anticipano, la creano. Dinanzi ad una crisi di qualche rilievo, le aziende "routinarie" chiudono, perché trovano la ditta cinese di turno che fa le stesse cose a costi molto più bassi; le "flessibili" sopravvivono, adattandosi, le "creative" possono cercare e proporre nuove idee di business, facendo in qualche caso dei passi avanti nel confronto con i concorrenti.

A proposito di impresa. Lei sostiene che il modello dell'impresa diffusa, immersa nel sistema locale ma priva di solidi collegamenti a rete, è ormai superato. Perché?

Non sono io a dirlo, lo dice la realtà. E' lo stesso concetto di sviluppo come è stato inteso negli ultimi trent'anni ad aver esaurito le proprie premesse. Questo modello si basava sul presupposto che l'Italia fosse un produttore low cost in un mercato europeo ancora abbastanza chiuso verso l'esterno. Per trent'anni (dalla crisi del fordismo degli anni settanta) abbiamo fatto i "cinesi d'Europa" e la cosa ci ha permesso di completare l'industrializzazione del Centro Nord, facendo crescere il reddito, e anche i costi, purtroppo, ma conquistando quote importanti di mercato nel cosiddetto *made in Italy* (meccanica, alimentare, moda, casa ecc.).

Poi cos'è successo?

Quest'onda lunga è finita perché sono arrivati, nel mondo globale del nuovo secolo, i "cinesi titolari", insieme agli indiani, ai russi e agli altri paesi ex comunisti dell'Europa dell'Est. E tutto è cambiato. L'Italia è diventata un paese high cost, che non può più vivere di imitazione e micro-innovazioni, ma deve imparare a fare importanti investimenti nella produzione di conoscenza originale e di reti esclusive. Ecco perché i sistemi locali, privi dei moltiplicatori di rete e della capacità di trarre vantaggio dalle differenze di domanda e di costo esistenti nell'economia globale di oggi, non reggono più.

Come garantire allora una prospettiva di sviluppo alle nostre aziende?

Passando da uno sviluppo "estensivo" ad uno "intensivo". Nel primo le idee vincenti sono quelle più diffuse, imitative. La mia azienda si sviluppa se mi aggancio al treno che va, per fare le stesse cose con numeri maggiori: aumento le ore occupate, i metri quadrati di territorio che consumo, i chilometri che faccio

fare alla mia merce. Questo modello "estensivo" ha raggiunto il suo limite.

In cosa si distingue il modello intensivo?

Per ogni ora di lavoro, per ogni metro quadrato di spazio, per ogni chilometro di trasporto, ci deve essere più intelligenza nella mia merce, che significa più valore aggiunto, maggiore produttività.

Più intelligenza a metro quadro. Com'è possibile?

Facendo gli investimenti necessari a mettere a punto idee più complesse e originali, che risultino difficilmente imitabili nei tempi brevi. La chiave è quella di passare da modelli di business basati sulla vendita dei prodotti, a modelli che invece sono basati sulla vendita di idee, che ad un certo punto, ma solo ad un certo punto, si incorporano nel prodotto e nella fabbricazione materiale di abiti, sedie, cucine, componenti meccanici. Si può fare scommettendo sulla creatività, investendo nella creatività e associando il nostro ruolo nelle filiere nel presidio delle idee e dei loro circuiti di trasmissione: i marchi, le reti di vendita, il controllo di qualità, la logistica globale, i codici e gli snodi delle reti che organizzano la produzione modulare (secondo il modello Lego).

Le cose routinarie le sanno fare anche i cinesi, che comprano le nostre macchine e copiano i nostri prodotti e ormai stanno facendo grandi investimenti nella creazione di una classe intellettuale e tecnica di primordine. Le produzioni flessibili sono ancora una difesa, ma creano meno valore di un tempo, perché le imprese di maggiore scala si sono ormai attrezzate per essere flessibili. Basti pensare all'automobile, dove l'organizzazione del processo è molto cambiata, snellendo le linee fordiste e andando a grandi passi verso il modello della produzione on demand, o per piccole serie che stanno sul mercato tempi sempre più brevi.

segue a pagina 4



continua da pagina 3

Dunque come si può essere creativi?

La creatività di un'azienda non dipende dal numero di architetti o artisti che conta nel suo staff, ma dalla capacità di intuire quello che si può fare di bello, di utile, di nuovo, in rapporto a capacità tecniche che non sono state ancora utilizzate a pieno e al mondo dei desideri e delle possibilità che sta nella testa dei potenziali clienti.

Non è facile anticipare la domanda di mercati lontani, distanti anche culturalmente...

Ma possiamo farlo. Lo stile del *made in Italy* non è la cosa che piace a noi italiani, anche se questa è la base di partenza per tanti produttori di abiti, scarpe, mobili ecc... Dobbiamo riuscire a definire stili di vita, modi di lavorare, sistemi di territorio che piacciono ai cinesi, agli americani, ai giapponesi e così

via, arrivando fino agli Emirati del Medio Oriente. Una nuvola differenziata di culture, gusti, abitudini, desideri latenti che non possono inseguire i nostri prodotti, ma possono aderire a proposte pensare creativamente per loro: non un sottoprodotto di quello fatto per il gusto italiano, ma un'idea nuova, originale. Per riuscire a fare questo occorre un investimento nella multiculturalità, chiave inevitabile dell'economia globale, non solo del rapporto con gli immigrati, come un po' riduttivamente si dice e si pensa nel dibattito di casa nostra. Bisogna che molti studenti, produttori, distributori, artisti italiani vadano in giro per il mondo, per capire quello che sta succedendo. E bisogna che gli altri - i cinesi, gli americani, i giapponesi e così via - vengano da noi, con i motivi più diversi: non solo per vendere o comprare, non solo per fare turismo, ma anche per stare, per

collaborare alla nostra ricerca del nuovo. Solo così si riesce a capire cosa sta nella testa dei nuovi protagonisti dei nostri futuri mercati.

E' un appello ai giovani? Qualcuno osserva che la voglia di fare fatica abita altrove...

Padri e nonni dicono che i figli non sono più disposti a lavorare duro. Io sto dalla parte dei giovani.

In che senso?

Il modello basato sul lavoro duro, quello a cui erano abituati padri e nonni, si è ormai eroso. Ai figli che vivono in questa società questo modello non piace e i padri pensano che i figli sbagliano. Invece è esattamente il contrario: sono i figli ad avere ragione. E' stupido immaginare che il sistema possa andare avanti motivando la gente come la motivava quarant'anni fa. Le

nostre famiglie non sono più povere come erano un tempo: la fuga dalla miseria ha oggi un *appeal* motivazionale pari a zero nella maggior parte delle nostre famiglie. Servono dunque nuove leve per motivare, e sono la capacità di far passare i concetti di passione e creatività. Dalla comunicazione all'arte, dall'estetica alla musica, dall'ingegneria all'informatica: sono mille le cose a cui i ragazzi riescono ad appassionarsi. Da quelle occorre partire.

E' sufficiente?

Passione e creatività sono alla base dell'innovazione. Ma non bastano. Servono anche le reti: non si può fare niente di originale, che in quanto tale costa, se non moltiplichi la conoscenza esclusiva che hai elaborato ampliando il bacino d'uso di questa idea. Le reti sono un modo per dividere il lavoro con tanti altri specialisti, delle filiere che da una parte si dirigono verso la scienza e la conoscenza, dall'altra verso i consumatori che stanno nel mondo.

Come si può fare rete?

Attraverso la capacità di lavorare assieme che si realizza connettendo tra loro i nodi dei servizi, delle professionalità specifiche, tra ricercatori che magari stanno in America e distributori che lavorano in Asia.

I Bic, gli "incubatori d'impresa", sono ancora uno strumento attuale?

L'importante è che nascano nuove aziende, non è molto importante come queste nascono. Dove esistono distretti produttivi è lo stesso distretto a fungere da "incubatore". In altri casi bisogna avvicinare specialisti e competenze differenti, magari università e imprese, produttori e distributori, possibili lavoratori dipendenti e possibili imprenditori creativi. Una cosa però può fare la differenza: riuscire sempre a legare ricerca e impresa. L'esperienza dimostra che si fa molta fatica, in Italia, a trasformare in impresa le idee che nascono dalla ricerca. In questo senso vedo il ruolo dei Bic, come complemento ad una natalità che è comunque spontanea ma che necessita di una maggiore connessione con il mondo della ricerca.

Cosa non dovrebbe mancare ad un'agenzia di sviluppo locale per essere efficace?

Un'agenzia di sviluppo presenta un doppio rischio. Da una

parte il rischio di finanziare iniziative affascinanti ma destinate a fallire, perché troppo difficili da realizzare e lontane dalla realtà praticabile con i limitati mezzi di cui si dispone. Dall'altra il rischio, ugualmente importante, di sostenere iniziative imprenditoriali che partirebbero comunque anche senza agevolazioni, in quanto si basano su modelli di business che sono già in partenza redditizi, magari perché imitano innovazioni già praticate da altri o perché si occupano di nicchie trascurate. Si pensi a quante imprese ogni anno nascono nei distretti industriali e nelle filiere, senza che ci siano incentivi di sorta, anzi superando ostacoli burocratici e amministrativi di un certo rilievo. La scommessa, per le Agenzie di sviluppo, è quella di riuscire ad intercettare le iniziative che maturano in quella "zona grigia" che sta tra le cose troppo difficili, destinate a soccombere, e quelle che invece lo sono troppo poco, per cui - se c'è la convenienza - sarebbero fatte lo stesso, anche senza il sostegno del denaro pubblico. Il punto chiave sta nell'usare l'incentivo pubblico per sfruttare l'effetto *trigger* (grilletto). Nelle armi da fuoco il grilletto "libera" energie latenti che sono molto più grandi di quella richiesta per azionarlo: queste energie non verrebbero fuori, tuttavia, se mancasse l'impulso del grilletto.

Il grilletto serve dunque da detonatore, per attivare processi che poi vanno avanti per energia propria, moltiplicando l'impulso iniziale. Un'agenzia di sviluppo deve dunque innanzitutto capire quali sono le forze propulsive a cui il territorio può agganciarsi nel proprio sviluppo, e usare i propri mezzi, per realizzare questo aggancio. Chi non riflette sulle onde lunghe dello sviluppo attuale non riuscirà a far scattare l'effetto trigger.

Quali sono queste onde?

In generale, in tutti i territori, ce ne sono due. Quella della globalizzazione, grandissima fonte di valore, sebbene difficile ed instabile. Un'idea che si propaga nel mercato globale, oggi, genera un potenziale di valore che è tre-quattro volte superiore a quello che la stessa idea può avere in un bacino di uso che sia soltanto continentale. D'altra parte, nel circuito globale, c'è anche la possibilità di usufruire delle grandi differenze di costo e di competenza che oggi sono a "distanza ravvicinata", anche grazie alle nuove tecnologie di collegamento e interazione.

Dunque, fuori dalla globalizzazione oggi non si crea valore in modo competitivo, perché comunque i *competitors* useranno la sua potenza moltiplicativa. Cogliere le opportunità offerte della globalizzazione significa avere reti lunghe, sia a monte che a valle delle filiere, e pensare le imprese come atomi di un sistema globale che ha un piede in un territorio ma si muove nel mondo. Ma per essere attivi nella globalizzazione ci vogliono i servizi: la logistica, le comunicazioni, la garanzia.

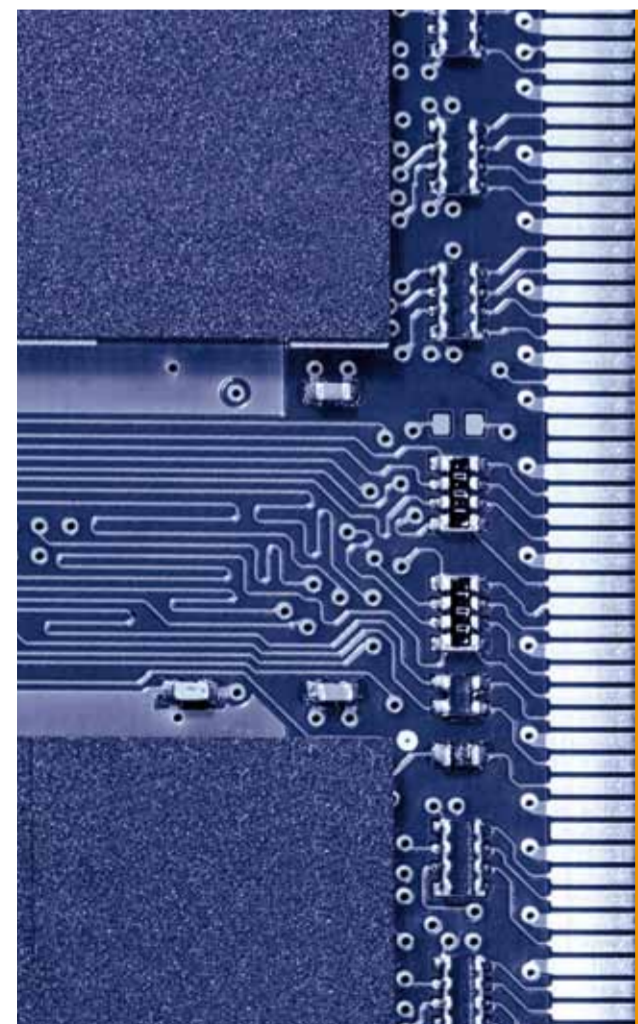
E la seconda onda?

È quella della smaterializzazione: la creazione di valore con le idee prima che attraverso i prodotti. Nella moda ad esempio, lo "stile di vita" è l'idea motrice intorno a cui si sta riorganizzando l'intero sistema produttivo: non per niente i marchi degli stilisti ormai vanno dagli abiti alle borsette, dalle scarpe agli occhiali o ai gioielli. La gente desidera e compra, pagandolo, il segno riconoscibile di uno stile che apprezza prima ancora di avere a disposizione gli oggetti materiali ad esso collegati.

Che tradotto nella realtà trentina significa...

Vuol dire fare in modo che un mercato locale come il vostro si agganci non tanto ai prodotti che realizza, quanto alle idee che danno significato a quei prodotti. Le idee motrici nella produzione alimentare hanno una parte fondamentale nel futuro della nuova economia immateriale: significati come quelli propagati da Slow Food possono dare valore ai prodotti e organizzare filiere difficilmente imitabili. Ma le idee motrici non nascono da sole: vanno pensate, organizzate, propagate in movimenti culturali ricchi di passione e di immaginazione. Nell'agricoltura biologica, ad esempio, prima si vende il concetto di biologico, poi il prodotto. Lo stesso con la casa. Prima delle pareti, delle tegole, degli arredi, dei sanitari bisogna vendere l'idea del "buon abitare", dell'edilizia ecologica, della casa sicura, a basso consumo energetico, comoda, insonorizzata, con un'illuminazione gradevole. Penso che il Trentino dovrebbe partire dalle peculiarità del proprio territorio ed agganciarle all'onda della smaterializzazione, usando per le idee motrici che porta avanti i moltiplicatori del mercato globale.

Davide Modena



Cinque nuove aziende nei BIC

a cura di Rita Scottini

Sono cinque le società che nel corso del 2009 si sono insediate nei B.I.C. (Business Innovation Centre) di proprietà di Trentino Sviluppo. Si tratta di piccole imprese attive nei settori informatico, meccanico, dell'edilizia sostenibile, delle energie rinnovabili e dell'alimentare. Pur di piccola dimensione in un periodo di certo non favorevole per molti settori, le imprese che hanno scelto gli spazi di Trentino Sviluppo per la propria sede rappresentano sicuramente una dimostrazione di fiducia nella ripresa dell'economia e per le istituzioni locali. Le neo-insediate occupano complessivamente una superficie di 3.100 metri quadrati, a cui vanno aggiunti i 580 metri quadrati degli ampliamenti. Complessivamente prevedono di realizzare entro il 2011 un giro d'affari di 11 milioni di euro occupando 55 dipendenti. Nel dettaglio, ecco una presentazione delle singole aziende.

BA SYSTEMS S.R.L.

Nasce nel 2008 con lo scopo di acquisire e valorizzare il know how "Bamak", società con sede a Mori per la quale, a causa di una grave crisi di mercato nell'area americana dove era presente con l'80% del proprio fatturato, è stato avviato un concordato preventivo. Grazie ad un affitto del ramo d'azienda, la società ha acquisito il know how, i disegni e le tecnologie di Bamak per proseguire nell'attività di progettazione, costruzione, vendita e commercializzazione di macchinari, forni ed impianti industriali per il settore alimentare. La società, insediata da marzo nel Polo Tecnologico di Rovereto, ha chiesto un ampliamento di ulteriori 130 mq. per far fronte ad una nuova commessa.

FOCUS

PRODOTTO/SERVIZIO OFFERTO: progettazione e realizzazione di linee di automazione industriale alimentare

DIPENDENTI: 4, di cui 3 dal concordato Bamak

FATTURATO ATTESO: 3,4 milioni di euro nel 2011

S.T.A. S.R.L.

Riccardo Tonelli (classe 1984) è un giovane imprenditore che è a capo di una società di recente costituzione attiva nel settore delle canalizzazioni per la distribuzione dell'aria. Con l'appoggio del padre, ex socio e amministratore di Tecnoair S.r.l., ha deciso di intraprendere la carriera imprenditoriale dedicandosi alla progettazione e realizzazione di un sistema innovativo per il trattamento dell'aria, basato sull'uso di pannelli "sandwich" in poliuretano espanso rivestiti con alluminio, in sostituzione delle classiche tubazioni in lamiera zincata rivestite con lana minerale. Il piano industriale prevede investimenti per 125.000 euro e 8 addetti nel 2011.

FOCUS

PRODOTTO/SERVIZIO OFFERTO: canalizzazioni per la distribuzione dell'aria

DIPENDENTI: 1 nel 2008 - previsti 8 nel 2011

FATTURATO ATTESO: 1.500.000 euro nel 2011

NC MICROIMAGE DI CASAGRANDE GIOVANNI S.A.S.

La società propone un sistema per l'archiviazione documentale digitalizzata, ovvero un servizio che consente di archiviare documenti in formato sia digitale che cartaceo rendendo più semplice la loro raccolta, conservazione e consultazione e consentendo un allineamento degli archivi elettronici con quelli cartacei.

La società, insediata da giugno nel BIC di Borgo Valsugana, si rivolge a tutte le aziende, pubbliche e private che necessitano di un sistema di archiviazione digitalizzata dei documenti

FOCUS

PRODOTTO/SERVIZIO OFFERTO: archiviazione documentale digitalizzata

CAPITALE SOCIALE: 1.000 euro

DIPENDENTI: 4 entro il 2012

FATTURATO ATTESO: 300.000 euro nel 2012

BULL & BEAR FINANCE S.R.L.

Si è insediata a luglio nel Polo Tecnologico di Trento per svolgere un'attività di elaborazione e distribuzione di dati di Borsa mediante software di proprietà e di sviluppo di applicativi software dedicati all'operatività finanziaria offerta a promotori finanziari, banche, intermediari finanziari e privati

FOCUS

PRODOTTO/SERVIZIO OFFERTO: attività informatica

DIPENDENTI: 2 entro il 2012

FATTURATO ATTESO: 245.000 euro nel 2012

ILLE PREFABBRICATI S.P.A.

Opera da oltre 50 anni nel settore della lavorazione del legno producendo case in legno, bungalows, villaggi cantiere, carpenteria per l'edilizia e barriere antirumore.

La società si è fatta anche promotrice del progetto "Ille ZeroEnergia", tecnologia per la realizzazione di edifici a basso consumo energetico ad alta performance energetica dotati di elevati standard architettonici ed una tecnica costruttiva flessibile e performante. Proprio la realizzazione di queste case in legno Ille Prefabbricati ha fatto richiesta a Trentino Sviluppo di insediamento nel BIC di Pieve di Bono, nel quale è entrata nel corso del 2009.

FOCUS

PRODOTTO/SERVIZIO OFFERTO: costruzione di case in legno

DIPENDENTI: 32 entro il 2011

FATTURATO ATTESO: 5.320.000 euro nel 2011



> Alessandro Garofalo, a destra, con Michelangelo Pistoletto, ospiti del seminario dedicato ai giovani artisti

L'arte di innovare. Quattro passi verso la creatività

DALL'INTERVENTO DI ALESSANDRO GAROFANO NELL'AMBITO DEL SEMINARIO "GIOVANI ARTISTI PROMUOVONO IL TRENTINO" ORGANIZZATO DAL COMUNE DI TRENTO, - POLITICHE GIOVANILI, IL 28 SETTEMBRE 2009 PRESSO TRENTINO SCHOOL OF MANAGEMENT DI SARDAGNA.

PRIMA CONSIDERAZIONE

Edison afferma che 1% è *inspiration* e 99% è *perpiration*. E' importante sottolineare quanto oltre il ruolo determinante dell'intuizione (magica e alchemica), sia necessaria una forte disciplina, un metodo di supporto, una forte capacità realizzativa per il buon successo di un'idea. Conoscere la fatica dell' arte-mestiere degli artigiani è importante e allo stesso tempo gratificante; l'artigiano è infatti il vero *homo faber* che mette nel proprio lavoro sia cura maniacale che idee. Quindi il messaggio per i giovani artisti è quello di avere perseveranza, ostinazione ed elaborare un metodo proprio di lavoro.

SECONDA CONSIDERAZIONE

La nostra creatività aumenta se ci mettiamo nella condizione di rimuovere i paradigmi che condizionano ciò di cui ci stiamo occupando. In pratica se si volesse, per esempio, innovare il mondo del caffè continuando a pensarlo liquido, probabilmente non si sarebbe realizzato il caffè "solido" di Ferran Adrià. È importante cercare di rompere gli schemi di riferimento per aumentare la capacità creativa. Spesso la nostra voglia di non fare è legata al non voler mettersi in discussione, al non voler rischiare: a volte è più comodo non fare. Quindi il messaggio per i giovani artisti è quello di imparare a mettere in dubbio gli schemi di riferimento, romperli e vedere oltre.

TERZA CONSIDERAZIONE

La creatività si stimola con la multisensorialità. Dobbiamo riappropriarci del dono dei cinque sensi in molti momenti della vita quotidiana: il tatto, il gusto, l'olfatto, la vista e l'udito ci danno delle emozioni intriganti: riusciamo veramente a percepirle in parallelo o ne fruimo in modo seriale e distinto con poche contaminazioni? Sappiamo associare a oggetti o situazioni una sensazione multisensoriale? Forse ci viene facile associare un particolare rumore ad uno strumento musicale, ma riusciamo ad associare velocemente un odore ad una pratica di leasing? Quindi il messaggio per i giovani artisti è quello di recuperare il dono dei sensi che deve diventare uno dei punti di riferimento nel momento della creazione.

QUARTA CONSIDERAZIONE

L'innovazione è facilitata se ci concentriamo sugli aspetti paradossali del problema in esame. La generazione di idee originali è stimolata maggiormente se indirizziamo le nostre considerazioni su grandezze inversamente proporzionali. Se per esempio disponiamo di una sala per una mostra che accoglie 500 persone, come possiamo fare per ospitarne 2000? Magari con strutture a soppalco e video-collegamenti con l'esterno riusciamo a farcela. Quindi il messaggio per i giovani artisti è quello della ricerca del *trade-off* (il paradosso): una volta trovato, se concentriamo lì il nostro pensiero è alta la probabilità che ne esca un'idea originale. Un atteggiamento importante per creare è la capacità di contaminarsi da altri campi e la disponibilità a farlo. Kant asseriva che "la mano è la finestra della mente" e tale contaminazione si sviluppa con l'abilità a generare analogie da cose, oggetti, componenti. Creare significa vedere nel buio, perdere punti di riferimento, però con ostinazione e con insolenza. Solo così, credo, l'artista-artigiano si colloca al centro delle cose in un perfetto dualismo tra disciplina e libertà, memoria e invenzione, natura e tecnologia.

I BUSINESS INNOVATION CENTRE

COSA SONO

Detti anche "incubatori d'impresa", i Bic sono strutture modulari già attrezzate e pronte all'uso all'interno delle quali le aziende possono usufruire anche di servizi a supporto dello start-up, di sportelli informativi, di agevolazioni per l'acquisto di impianti tecnologici, assieme a tante altre opportunità.

DOVE SONO

Il primo nacque a Rovereto 21 anni fa, nel 1988. Seguirono Trento, Pergine, Borgo, Pieve di Bono e Mezzolombardo, il più "giovane" in funzione dal 2006. Ad oggi sono sei i Bic gestiti da Trentino Sviluppo.

A COSA SERVONO

Le aziende in fase di start-up e i centri di ricerca possono trovare nei Bic spazi produttivi, servizi e laboratori attrezzati. Il risultato tangibile che ne deriva, soprattutto a vantaggio dell'imprenditore "in erba", è la possibilità di concentrare le proprie energie sulla qualità della propria offerta produttiva sui mercati e sul consolidamento di una strategia aziendale credibile ed innovativa, senza l'onere di doversi preoccupare della gestione immobiliare della propria azienda.

I NUMERI

Attualmente nei sei Bic sono insediate 91 aziende che danno lavoro a 723 dipendenti, oltre a 3 centri di ricerca che impiegano complessivamente circa 50 persone: il Centro Ricerche Ducati, ETH Lab e la Fondazione Edmund Mach. Il Trentino è al primo posto per numero di aziende ospitate nei propri Bic: le 91 imprese incubate, per un fatturato totale di circa 100 milioni di euro, sono un record rispetto agli standard italiani, dove sono incubate "solo" 22 aziende per territorio. Il 70% dei 73.829 metri quadrati disponibili nei Bic risulta occupato da attività produttive, spin-off e centri di ricerca che coprono diversi settori: dalla meccanica all'ICT (Information and Communication Technology), dalla ricerca all'elettronica, passando per energia, edilizia, legno, medicale, biotecnologie, abbigliamento e finanza. Mentre nel Polo di Rovereto, a Pergine e a Borgo prevalgono le aziende meccaniche, a Pieve di Bono si equivalgono meccanica e ICT, a Trento è l'ICT il settore maggiormente coperto e a Mezzolombardo prevale l'attività di ricerca. L'86% degli insediamenti riguarda piccole imprese, la cui permanenza media è di 4,18 anni con un "tasso di sopravvivenza" calcolato nei primi tre anni di vita del 93% (contro il 50% della media europea).

NEL SEGNO DELL'INNOVAZIONE

Dal 2005 al 2009 le attività insediate nei Bic hanno investito in ricerca e sviluppo quasi 48 milioni di euro, pari al 10% del fatturato aggregato complessivo. Nel periodo 2007-2008 le imprese "incubate" hanno avviato 15 progetti di R&S finanziati dalla legge provinciale n.6/99 mentre nell'ultimo decennio (1998-2009) si sono contati 31 interventi sul "Fondo Impianti Tecnologici", con oltre 6 milioni di euro stanziati a favore delle imprese che hanno investito nell'acquisto di impianti e macchinari ad alta tecnologia. Diversi i riconoscimenti e i casi di successo tra le aziende insediate. Delle otto aziende premiate nell'ambito del Trentino Technology Tour del 15 e 16 ottobre scorso, evento che ha fatto incontrare 25 start up trentine e 30 venture capitalist europei, tre sono insediate presso i Bic di Trentino Sviluppo: Delta R&S, Cogito e Konnekt. Delta R&S, azienda che fornisce le protezioni ai campioni del Motomondiale, è inoltre tra le cinque migliori start-up d'Italia a parere della giuria del concorso PNICube-StartUp dell'Anno. Con "Cogito Answers", il software semantico di expert system per l'assistenza ai clienti, Cogito ha vinto il Global Mobile Award 2009 come migliore soluzione per il customer care. I successi colti dalle aziende insediate nei Bic annoverano anche Dipileg, il cui vasetto con cucchiaino integrato si è imposto ad Atene quale Best Packaging Innovation 2008. Senza dimenticare Biomat, selezionata per due anni dalla CE nel progetto GatewayToJapan, ed Eyepro System, riconosciuta nel ranking dei "Migliori fornitori Mc Donald's 2006".



Maggiori informazioni sul BIC nella sezione dedicata alla ricerca di "Spazi per la mia azienda" del sito web. Assieme alla video-testimonianza di alcuni imprenditori le cui aziende sono insediate in un Business Innovation Centre.

www.trentinosviluppo.it

Dal Seed Money ai Business Angel, strumenti "creativi" per imprese innovative

Venture Capital, fondo di seed money, start up financing, portatori di risorse finanziarie in forma di capitale di rischio, business plan, spin-off, elevator pitch, termini che solo pochi anni fa erano sconosciuti ai più.

Oggi lo scenario è cambiato non solo a livello nazionale, ma anche a livello locale. Lo sviluppo di settori innovativi, la nascita di nuove imprese ad alto potenziale e la maggiore consapevolezza riguardo ai diversi strumenti finanziari disponibili sembrano rendere l'ecosistema nazionale e locale maggiormente dinamico, maturo e competitivo. Ecco quindi che anno dopo anno assistiamo al germogliare di idee provenienti da privati, singoli imprenditori e organizzazioni. Embrioni innovativi che nel prossimo futuro contribuiranno a sostenere la nascita e lo sviluppo di validi progetti aziendali, di neo-imprenditori e di concrete iniziative finanziarie a supporto degli stessi. Perché, non dimentichiamolo, il primo obiettivo di una start up è trovare il capitale iniziale per crescere fino poi arrivare ad una fase interessante per i venture capitalist, i grandi investitori. E' di fondamentale importanza infatti finanziare le fasi di "early stage" in particolare per garantire la sopravvivenza delle start up, fertile e dinamico bacino nel quale gli stessi venture capitalist tendono ad alimentarsi. Ecco quindi come nuovi fondi, incubatori, agenzie per lo sviluppo e associazioni in genere abbiano un ruolo di primaria importanza nell'offrire strumenti necessari alla sopravvivenza.

Ed è in questo preciso contesto che anche il denaro pubblico gioca un ruolo da protagonista. A tal proposito la Provincia di Trento, in collaborazione con Trentino Sviluppo Spa, ha promosso nei mesi scorsi un'iniziativa a favore del sistema economico imprenditoriale, introducendo anche in Trentino l'utilizzo dello strumento finanziario del seed money, quale incentivo per i soggetti che intendono avviare un nuovo progetto di impresa che verte su settori innovativi o contraddistinti da un elevato contenuto tecnologico.

Il cosiddetto "Fondo per il sostegno all'innovazione" - introdotto nell'ordinamento provinciale dalla legge finanziaria 2008, con l'approvazione dell'articolo 24 bis della l.p. n. 6 del 1999 ("legge unica per l'economia")

- si propone di promuovere anche in Trentino la diffusione di iniziative imprenditoriali in settori innovativi o ad alto contenuto tecnologico. Un progetto dal riscontro positivo se si considerano le 64 domande pervenute al 31 ottobre 2009 (data di scadenza del bando) da parte di soggetti



interessati ad avviare una nuova impresa in territorio provinciale per il pagamento dei costi di avviamento dell'impresa secondo alcune specifiche voci di spesa previste (dall'analisi di mercato e di settore, alla predisposizione business plan, alle spese di ricerca funzionali all'avvio dell'attività imprenditoriale, ai costi di costituzione della società, fino al tutoraggio imprenditoriale).

Ma la crescita deriva anche da azioni di sistema, capaci di innescare sinergie tra forze pubbliche e private a loro volta finalizzate all'introduzione e al radicamento sul territorio di quella che viene comunemente identificata come cultura di innovazione.

"Trentino Technology Tour", recente iniziativa nell'ambito del capitale di rischio promossa dalla Provincia di Trento in collaborazione con E-Unlimited, Trentino Sviluppo, Università di Trento, Informatica Trentina e FBK ne è un esempio concreto. Un evento dedicato a imprese e spin-off del territorio trentino per la promozione di partnership nell'innovazione ICT. Obiettivo: facilitare la ricerca di investitori, di opportunità di finanziamento, di partner di ricerca, tecnologici e commerciali.

Così anche l'"Early Stage Forum del Trentino", ideato da Iban, l'Italian Business Angel Network, in collaborazione con Trentino Sviluppo, anch'esso volto a promuovere il capitale di rischio sul territorio trentino a sostegno di imprese votate all'innovazione.

Laura Maffei

IL D2T SI FA IN QUATTRO



HAI UNA BUONA IDEA?
CON CINQUANTAMILA EURO IN PREMIO
TI LANCIAMO NEL MONDO DELL'IMPRESA

Quarta edizione per il D2T che nell'occasione... si fa in quattro. La novità più rilevante del Premio Impresa Innovazione "D2T Start Cup", ideato da Trentino Sviluppo in collaborazione con Università di Trento ed FBK e riservato alle idee di impresa elaborate dai giovani di età compresa tra i 16 e i 36 anni, è infatti lo svolgimento della competizione in quattro fasi, al termine delle quali saranno individuati i vincitori.

Nella prima fase la commissione seleziona le migliori idee progettuali d'impresa. Nella seconda il singolo o il gruppo proseguono un percorso formativo con coaching personalizzato, finalizzato all'acquisizione di competenze imprenditoriali/manageriali e al perfezionamento del proprio progetto negli aspetti tecnico-economico-finanziari. Nella terza fase i candidati parteciperanno separatamente a una sessione di presentazione secondo una modalità di "elevator pitch" in presenza della commissione che selezionerà i finalisti. L'ultima fase prevede la partecipazione ad una sessione finale di presentazione pubblica alla presenza di imprenditori, esperti di settore, aziende. Contestualmente, in tale occasione, la commissione individuerà il vincitore assoluto.

La proposta progettuale d'impresa che sarà designata vincitrice sarà premiata con 50 mila euro. Al secondo classificato andranno 15 mila euro.

L'obiettivo del premio è quello di promuovere la cultura d'impresa e d'innovazione, favorendo lo sviluppo di progetti innovativi di business e la nascita di nuove imprese sul territorio trentino.

Per iscriversi c'è tempo fino al 26 febbraio 2010. La partecipazione è gratuita e l'adesione aperta a tutti i cittadini europei di età compresa tra i 16 e i 36 anni.



Sul sito del premio è possibile scaricare il bando che regola la partecipazione e "sfogliare" le pagine dedicate alle precedenti tre edizioni della D2T Start Cup, con immagini ed informazioni su progetti e vincitori.

www.premiod2t.it



> Nadir Spezzapria,
presidente di Forgital Italia



Fly atterra in Trentino.

A gennaio parte a Grigno la produzione aeronautica

Sono trascorsi poco più di sei mesi dall'ingresso di Trentino Sviluppo nel capitale sociale di Fly S.p.A. Un intervento da 6,5 milioni di euro, pari al 50% del pacchetto azionario, previsto dall'accordo quadro sottoscritto il 28 febbraio 2008 con la Provincia di Trento. L'obiettivo è quello di far nascere a Grigno una realtà d'eccellenza tecnologica nelle lavorazioni meccaniche e nella finitura di componenti per l'industria energetica, aeronautica ed aerospaziale, disponibile ad investire sul territorio trentino garantendo occupazione e ricadute economiche per l'indotto. Oggi quella scommessa comincia a realizzarsi. Fly ha infatti completato un piano di investimenti da circa 30 milioni di euro che ha visto la realizzazione di uno stabilimento di circa 13.400 metri quadrati coperti e l'acquisto di attrezzatura e macchinari specifici per la lavorazione. Non appena la produzione andrà a regime, comunque entro il 2010, Fly si è impegnata ad assumere 33 lavoratori.

Le prime commissioni, per Fly, arriveranno da un importante leader del settore, Forgital Italy S.p.A., società del gruppo Forgital (fatturato 2008 pari a 455 milioni di euro), che produce con il processo di laminazione a caldo anelli senza saldatura i quali costituiscono componenti strutturali di macchinari ed impianti per i settori industriali più avanzati.

Fly, grazie anche ad attrezzature di precisione, si innesterà nella lavorazione di specifiche fasi tecniche di finitura e sgrassatura dei pezzi forniti dal Gruppo Forgital, oltre a svolgere attività di controllo dimensionale e strutturale dei pezzi trattati che verranno poi venduti a produttori di motori o di turbine a gas e camere di combustione.

Il gruppo Forgital e la stessa Fly sono diretti dalla famiglia Spezzapria. **Nadir Spezzapria** è Presidente e Chief Executive Officer di Forgital Italy S.p.A.

Spezzapria, quando si avvierà la produzione presso lo stabilimento Fly di Grigno?

Rispetto ai tempi previsti abbiamo avuto degli slittamenti dovuti a diversi motivi: le avverse condizioni meteo dello scorso inverno, lo stato del sottosuolo che ci ha imposto di potenziare le fondazioni aumentando anche i costi, lo slittamento nelle consegne di alcune macchine. Nonostante ciò i primi test sono in corso e da gennaio 2010 saremo operativi.

Quali motivazioni hanno portato un'impresa veneta a scegliere di insediarsi in Trentino?

Sicuramente la conoscenza del territorio ci ha aiutato molto: da parecchi anni collaboriamo con successo con l'Università di Trento e molti nostri manager provengono proprio dalla facoltà di Ingegneria dei Materiali. Grazie al decennale rapporto di amicizia con alcuni trentini abbiamo potenziato i contatti con Trentino Sviluppo e questo ci ha permesso di realizzare il progetto.

Quali elementi del territorio reputate attrattivi per un'impresa che desidera investire in Trentino?

L'elemento culturale in primis: le nostre vallate sono contigue e la mentalità è simile. Non secondaria la volontà politica di sviluppare attività industriali high-tech.

Cosa invece potrebbe essere migliorato?

Considerando la tipologia e le dimensioni dei prodotti che Fly andrà a sviluppare e che saranno destinati ad un mercato internazionale, gli investimenti in infrastrutture sarebbero da potenziare.

Oltre ai 30 milioni di euro già investiti, cosa prevede il vostro programma di sviluppo?

Fly ha intenzione di scommettere ancora in Trentino. E' infatti previsto un secondo step di investimenti per circa 25 milioni di euro destinati all'ampliamento dell'immobile di Grigno e all'acquisto di nuovi macchinari, qualora anche le condizioni di mercato offrano opportunità di sviluppo.

Ampliamento delle attività, quindi anche dell'occupazione?

Questa seconda fase di consolidamento dell'impresa implicherebbe l'assunzione di nuove risorse umane che si attesterebbero sulle 49 unità lavorative.

Pur in un contesto congiunturale di mercato del lavoro in flessione, sono in fase di discussione con alcuni importanti player mondiali dei contratti a medio/lungo termine che si potrebbero concretizzare in incrementi occupazionali significativi.



Dall'alto:

- > lo stabilimento Fly di Grigno
- > particolare della produzione di un anello senza saldatura
- > alcuni collaboratori già impegnati presso Fly in Bassa Valsugana

Che tipo di manodopera impiegherà Fly?

Soprattutto tecnici e per questo continuerà la collaborazione con l'Università e gli Istituti di ricerca trentini per un reciproco scambio di competenze. Importante sarà anche l'interscambio con aziende italiane ed estere di elevato standing professionale.

Stare avvertendo gli effetti della crisi internazionale?

Come per tutti indubbiamente c'è qualche contrazione ma Fly nasce per sviluppare una propria potenzialità nei decenni a venire e questo implica la fiducia dell'imprenditore nella bontà dell'idea, indipendentemente dalla congiuntura attuale.

Come uscire da questo momento non facile?

Riteniamo che la strategia per uscire dalla crisi sia il sorgere di iniziative come Fly, che puntano sull'alta tecnologia. Questo si integra con una filosofia di "compact supply-chain" volta ad una riduzione del "total cost", attraverso l'integrazione delle conoscenze, dei processi e delle responsabilità verso il cliente finale.

Cosa vi aspettate da un partner come Trentino Sviluppo?

Che continui a condividere e credere nei nostri progetti di sviluppo industriale per la creazione del valore per gli stakeholders, al di fuori delle situazioni congiunturali e negli interessi del territorio e dell'azienda.

Filippo Manfredi



Giovani, nuovi lavori e creatività. Una ricerca in Trentino.

Che ruolo svolge la creatività nell'economia della nostra provincia? Qual è la condizione lavorativa dei giovani che svolgono professioni creative? Qual è il loro percorso formativo e professionale? Trovano un ruolo ed una collocazione lavorativa in Trentino, o sono costretti a rivolgersi a mercati e committenti esterni?

A queste domande stanno cercando di dare risposta Tristana Bianchi, Elisa Dallagnol, Valeria Dei Rossi, Denis Pinamonti e Francesco Weber, cinque giovani impegnati in uno stage presso Trentino Sviluppo. La loro esperienza si colloca in un corso di formazione per agenti di sviluppo che Trentino Sviluppo sta realizzando in collaborazione con Fidia, Con.Solida e Ceii Trentino.

Le domande che si sono posti questi cinque ragazzi - e a cui cercano di rispondere attraverso un percorso di ricerca qualitativa - non sono banali. Nelle moderne economie gran parte del valore prodotto è ormai costituito da beni immateriali, la creatività è divenuta una risorsa competitiva fondamentale. Design, comunicazione, moda, innovazione, marketing, territorio, intrattenimento, arte, cultura, significati incorporati nelle merci e nei modelli di consumo, sono le cifre che caratterizzano le nostre produzioni e che le differenziano da quelle dei nuovi competitori globali.

La creatività è scesa dall'empireo della produzione artistica per divenire un fenomeno legato alle esperienze della vita quotidiana. Quello che una volta era l'universo separato elitario e alto della cultura è diventato una merce fondamentale del lavoro terziario all'interno del nuovo ciclo produttivo. I temi della creatività, della cultura e, nondimeno, dell'identità locale hanno oggi assunto il ruolo strategico di "fattori di produzione" capaci di valorizzare le competenze distintive dei territori e delle economie locali, a fronte dei pervasivi processi di globalizzazione. In questa evoluzione, il significato stesso di creatività ha subito una profonda metamorfosi: ha perso le tradizionali connotazioni di eccezionalità e genialità per trasformarsi in un processo orientato alla soluzione di problemi attraverso combinazioni nuove di informazioni, idee, concetti e relazioni. La creatività, quindi,

non è legata alle sole predisposizioni degli individui, ma anche alle culture che caratterizzano i contesti sociali e territoriali. Oggi bisogna parlare di creatività "messa al lavoro", un altro tipo di lavoro: il lavoro immateriale, lontano dalla macchina ma ricco di idee, competenze, miti e simbolismo. E' questo il nuovo tipo di lavoro con cui si confrontano i giovani, attraverso forme di occupazione quasi sempre in bilico tra precariato e autoimprenditorialità.

Anche in Trentino troviamo molte di queste posizioni lavorative: creative, precarie, autoimprenditoriali. In poco più di un mese, i nostri giovani ricercatori hanno realizzato 90 interviste. Partendo dalle loro reti amicali hanno intervistato giovani designer, pubblicitari, organizzatori di eventi, animatori turistici, filmmaker, artisti, ricercatori, divulgatori scientifici, architetti, stilisti, informatici, cuochi, giornalisti, istruttori sportivi, scrittori, gestori di locali per giovani. La ricerca non è ancora finita - la sua pubblicazione è prevista per gennaio 2010 - ma già, da una prima lettura delle interviste, emerge un quadro confortante ed al contempo complesso. Confortante perché anche il piccolo Trentino è un laboratorio di creatività, con molti giovani che partendo da proprie passioni ed interessi, da percorsi formativi di alto livello, da esperienze di studio e lavoro spesso realizzate all'estero, si imprenditorizzano per realizzare il proprio progetto di vita. Di complessità perché, se è seppur vero che giovani producono "nuova economia" (innovazioni, gusti, mode, tendenze), è anche vero che faticano non poco ad inserirsi e legittimarsi nei circuiti ufficiali del processo di creazione del valore. Voglia di autonomia, difficoltà nell'affrontare il rischio di un lavoro instabile, necessità di creare reti di relazione che consentano di lavorare e aggiornare costantemente le proprie competenze, sono le costanti nei racconti di questi giovani creativi. La creatività intesa come risorsa nel ciclo economico, assume valore nella misura in cui è riconosciuta come elemento di valore sociale; ovvero nella misura in cui l'atto creativo viene incorporato dalla collettività e in quanto tale entra a far parte del suo bagaglio culturale condiviso e diffuso.

La vera domanda a cui questa ricerca dovrà rispondere non è se in Trentino



esiste una classe creativa, ma in che misura il contesto locale saprà inglobare e valorizzare questo patrimonio di creatività e imprenditorialità giovanile. La crescita di un terziario creativo a servizio delle imprese e dell'economia locale non richiede interventi di finanza pubblica come altri settori economici. Per promuovere la creatività, le politiche culturali, le politiche per le imprese e le politiche per

l'innovazione e la ricerca si devono intrecciare. Ciò di cui vi è bisogno un nuovo welfare che renda il sapere e la cultura socialmente disponibili, capace di produrre innovazione economica e sociale, capace di creare opportunità per reti e comunità professionali in cui sviluppare competenze e occasioni di collaborazione.

Sergio Remi

AREE PRODUTTIVE: MOLVENO, ROVERETO E GRIGNO IN DIRITTURA D'ARRIVO

Fra le attività svolte da Trentino Sviluppo nel settore immobiliare rientrano anche l'acquisizione e l'apprestamento di aree destinate ad attività produttive. Tali attività si collocano nell'ambito della politica di sostegno e sviluppo del sistema economico locale della Provincia di Trento e sono intraprese al fine di favorire l'insediamento, l'ampliamento e la ristrutturazione di nuove aziende industriali ed artigianali.

Quello dell'apprestamento di un'area produttiva è un processo articolato che inizia con l'esproprio e l'acquisizione del terreno, si fonda sulla sua valorizzazione in termini di fruibilità ed infrastrutture e si compie con l'assegnazione degli spazi ad attività d'impresa opportunamente selezionate.

In tali interventi Trentino Sviluppo opera per conto della PAT in virtù dell'art.25 della L.P. 6/99 ("legge unica sull'economia") ed attingendo al fondo previsto dal comma 1 dell'art. 33 della stessa legge. In questo contesto Trentino Sviluppo è chiamato ad esprimere un parere sul "Piano triennale delle acquisizioni e degli apprestamenti di aree per attività economiche" predisposto dalla Provincia. Sui piani approvati dalla Giunta provinciale, l'iter prevede che Trentino Sviluppo rediga i progetti definitivi degli interventi e li presenti al Servizio Industria della Provincia per ottenerne l'approvazione e l'emissione della dichiarazione di pubblica utilità. Le pratiche di esproprio e la determinazione dell'indennità provvisoria per il proprietario del bene sono curati invece dall'Ufficio espropri della Provincia. A Trentino Sviluppo spetta invece il compito di redigere i progetti

esecutivi, avviare le gare d'appalto per i lavori, provvedere al loro affidamento ed assegnare le aree alle attività produttive interessate. La procedura per l'assegnazione degli spazi inizia in parallelo ai lavori ed è basata su tre diversi livelli di istruttorie. Le istruttorie mirano a verificare il reale interesse delle aziende agli spazi in oggetto e la sostenibilità economico finanziaria delle attività che si propongono di occuparli.

Con questo iter sono stati valorizzati spazi e portati a termine lavori in numerose aree produttive dislocate su tutto il territorio provinciale. In molti casi la concretizzazione di questo tipo di interventi ha portato, in aggiunta all'insediamento delle attività produttive, benefici specifici con ricadute positive sulla vivibilità e sulla produttività delle aree interessate. È il caso, ad esempio, della nuova area produttiva di **Molveno** che ha

permesso di liberare il centro storico ad alta vocazione turistica dalle attività produttive di sette aziende, collocando le rispettive sedi e magazzini in un contesto artigianale più idoneo ed offrendo una collocazione dedicata al Centro Raccolta Materiali (CRM). Di notevole impatto è il caso della zona industriale di **Rovereto** che godrà a breve di notevoli benefici derivanti dall'inaugurazione del nuovo sottopasso in località Lavini di Marco. Tale sottopasso infatti aprirà un passaggio diretto fra la zona industriale di Rovereto, il casello autostradale Rovereto sud dell'A22 e la bretella Mori-Riva del Garda, liberando la viabilità dell'intera zona industriale e di buona parte della città dal transito di mezzi pesanti. Altro caso con apprezzabili ricadute economiche e sociali è l'insediamento della Fly s.r.l. nell'area industriale di **Grigno** (si veda il servizio a pagina 10).

Mauro Bosetti



La scheda dettagliata con le aree produttive in via di assestamento è disponibile sul web www.trentinosviluppo.it

PRESTITI PARTECIPATIVI PER LE IMPRESE

«Nel breve periodo ad un calo della produttività corrisponde sempre un calo del fatturato. Ed una crisi finanziaria di queste dimensioni ha due fasi. La prima è quella della caduta del reddito prodotto che deriva dalle cattive aspettative, dalla grande paura di non poter sopportare l'eventuale debito. La seconda fase è segnata dalla caduta del reddito disponibile, ed è quella che stiamo vivendo in questo autunno 2009: occupazione persa e redditi dimezzati, in molti casi. Per questo, dobbiamo continuare a sostenere le imprese». Così Innocenzo Cipolletta, presidente dell'Università di Trento e del Gruppo Ferrovie dello Stato ha concluso il 29 settembre scorso l'incontro organizzato dalla Presidenza della Provincia, con gli attori del sistema economico e sociale, per la verifica ed il monitoraggio periodico della manovra anticongiunturale varata dalla Giunta provinciale.

La scelta migliore per accompagnare questo processo di uscita dalla crisi è ora quella di sostenere la patrimonializzazione delle imprese. Lo conferma Diego Laner, consigliere delegato di Trentino Sviluppo. «Il rafforzamento della base patrimoniale -

sottolinea Laner - consente tra l'altro di far fronte alle incertezze del mercato e quindi al più contenuto orizzonte temporale rispetto a periodi precedenti, oltre a contribuire a rafforzare il posizionamento competitivo dell'impresa». Su questa scia si è mossa la Giunta provinciale, che il 30 ottobre scorso ha approvato in via definitiva la nuova disciplina dei "prestiti partecipativi", una forma d'intervento prevista dalla legge provinciale n. 6 del 1999 che mira al rafforzamento patrimoniale delle imprese, nodo cruciale della produttività del sistema. Questo tipo d'incentivo è stato fino ad oggi poco utilizzato per la rigidità delle procedure amministrative, ma soprattutto perché limitato alle società di capitali. Una buona parte della patologia della sottocapitalizzazione delle imprese si estende invece anche alle imprese minori, nelle quali spesso non c'è una netta separazione fra le risorse dell'impresa e il patrimonio personale dei titolari. Con la nuova disciplina, che spianerà la strada proprio alle piccole imprese, si conta di superare questo scoglio, consentendo a molte aziende di rafforzare la propria struttura finanziaria.

Il prestito partecipativo consiste nel procurare all'azienda risorse finanziarie immediate attraverso l'accensione di un mutuo, le cui rate di ammortamento vengono pagate non attraverso risorse dell'impresa, ma attraverso aumenti di capitale sociale, rateali anch'essi, sottoscritti dai soci. L'aiuto della Provincia abbate il costo degli interessi passivi del mutuo, fino ad un massimo del 15 per cento dell'ammontare dello stesso: dunque un incentivo di tutto interesse, che le aziende potranno richiedere fino al 28 febbraio 2010. La Giunta provinciale, per questo intervento, ha infatti scelto la forma «a bando», mettendo a disposizione un plafond di mutui pari complessivamente a 100 milioni di euro. Raccolte e finanziate le domande presentate entro quella data, si valuterà l'efficacia dello strumento e la sua eventuale riproposizione con altri bandi o nella forma «a sportello» (incentivo permanente) che caratterizza tutti gli altri aiuti della legge 6.

La Provincia deve sostenere entrambi i canali di afflusso di mezzi propri nelle imprese: il canale dell'apporto da parte di terzi (il cosiddetto «private equity»), che potrebbe essere

potenziato combinando la disponibilità di investitori privati con l'intervento di Trentino Sviluppo, quale aiuto al sottostante progetto di sviluppo o di consolidamento dell'impresa; e il canale dell'apporto di nuove risorse da parte del proprietario.

A quest'ultimo fine, già «presidiato» attraverso vincoli che vengono posti in occasione della concessione di aiuti sugli investimenti o sui progetti di ricerca, si aggiungerà appunto questo specifico aiuto alle aziende che si impegneranno in un prestito partecipativo. L'importo e la durata dei mutui agevolati varierà in funzione della dimensione d'impresa: per le imprese con oltre 3 milioni di fatturato ciascun mutuo potrà arrivare a 1 milione con una durata di cinque anni; per le imprese più piccole, il mutuo potrà arrivare fino a 500 mila euro ma con durata decennale. Potranno fruire dell'agevolazione, che come detto coprirà gli interessi fino alla concorrenza del 15 per cento dell'ammontare del mutuo, le società di persone o di capitali, ma anche le ditte individuali con un progetto di trasformazione in società. Per aumentare i mezzi propri dell'impresa in misura corrispondente alle quote capitale di ammortamento del mutuo i soci potranno effettuare versamenti in denaro oppure accantonare gli utili maturati dall'impresa, senza quindi distribuirli. I finanziamenti conferiti potranno essere destinati ad un vero e proprio aumento di capitale sociale ovvero essere accantonati a riserva indivisibile.

Nicola Polito

Il sito di Trentino Sviluppo cambia look

Posato ma innovativo, istituzionale ma coraggioso, capace di rompere gli schemi. E soprattutto con la prua ben puntata verso il navigatore. Il nuovo sito web di Trentino Sviluppo offre anzitutto risposte: soluzioni, contatti, proposte di partnership e collaborazione. Non un semplice restyling grafico, quindi, ma una profonda revisione che modifica l'impostazione dello strumento,

inteso non più come «vetrina» di quanto si fa dentro Trentino Sviluppo ma come «porta di ingresso» capace di accompagnare il visitatore mantenendo come bussola il suo punto di vista. Un approccio che si concretizza nella predisposizione di profili di accesso differenziati, nella rilevanza data ai servizi e alla cultura d'impresa, nella scelta di un linguaggio lontano dai tecnicismi propri del gergo



LA NOVITÀ
www.trentinosviluppo.it

NOTIZIE FLASH

TRENTINO SVILUPPO: OK AL BILANCIO

Via libera dall'assemblea dei soci, il 3 luglio, al bilancio d'esercizio 2008 di Trentino Sviluppo Spa. Documento contabile che evidenzia il ruolo importante svolto dall'agenzia provinciale a sostegno delle imprese e dell'economia locale, soprattutto in un periodo non facile per mercati, aziende e lavoratori. I risultati economici confermano l'oculata gestione della società, che ha chiuso il 2008 in leggero attivo, registrando un utile netto di 69.531 euro, ma soprattutto a dare la dimensione dell'attività di Trentino Sviluppo sono il patrimonio gestito, salito a 822 milioni di euro (+25,68%), composto principalmente da fondi amministrati per conto della Provincia: 724 milioni di euro al 31 dicembre 2008.

IL MONOLITE ROMPE IL "DIAFRAMMA"

Tre giorni e mezzo. Tanti ne sono bastati ai 12 martinetti idraulici per spingere sotto la linea ferroviaria del Brennero, all'altezza della stazione di Mori, per 20 metri circa, il monolite da 2.500 tonnellate costituito dal sottopasso prefabbricato in calcestruzzo armato. Alle 14.00 di giovedì 16 luglio, con due giorni di anticipo sui tempi previsti, una semplice cerimonia inaugurale ha salutato la conclusione di questa delicata fase del cantiere gestito da Trentino Sviluppo. Appena agibile il sottopasso permetterà l'accesso alla zona industriale di Rovereto direttamente dalla rotatoria in corrispondenza del casello Rovereto sud dell'autostrada A22, evitando così alle automobili, ma soprattutto ai mezzi pesanti, di dover percorrere quasi due chilometri prima di poter raggiungere la zona industriale. Ad eseguire l'opera è stata l'impresa Profacta Spa. Costo: 1,116 milioni di euro.



IL RILANCIO DI SALUMIFICIO MARSILLI 1914

Iniezione di risorse fresche per il rilancio del Salumificio Marsilli di Trambileno. Arrivano da Trentino Sviluppo che entra nella compagine sociale di Salumificio Marsilli 1914 Spa acquistando azioni per un valore complessivo di 2,5 milioni di euro. I termini della partecipazione sono definiti nei Patti parasociali sottoscritti venerdì 21 agosto. L'intesa - fondamentale per il rilancio dell'azienda dopo la messa in liquidazione, dal 14 novembre 2008, della Salumificio Marsilli Spa - permette di garantire nuovi investimenti ed il mantenimento degli attuali 56 posti di lavoro.

BREVETTATO IL "COMPOSTO PROTEICO"

I ricercatori dell'Istituto Agrario di San Michele all'Adige e del Volcani Centre di Israele hanno messo a punto un composto a base di proteine e idrolizzati proteici che protegge le piante dalle malattie. Il prodotto, "inventato" nell'ambito del progetto Safecrop da Ilaria Pertot e Yigal Elad, è stato brevettato da Trentino Sviluppo e risulta ora disponibile per le aziende che volessero intraprendere una sua commercializzazione. Attraverso il "Fondo brevetti" Trentino Sviluppo gestisce 8 brevetti, 6 tecnologie non brevettate e 6 marchi relativi a quattro progetti di ricerca (SafeCrop ed Agribio condotti dalla Fondazione Mach, Sofie sviluppato da CNR-IVALSA e Create-net) per un valore di circa 5,5 milioni di euro.

IL PORFIDO A LEZIONE DI GIAPPONESE

Dopo l'occhialeria, la meccanica e l'agroalimentare il metodo "Kaizen" viene applicato al settore del porfido e delle pietre trentine. L'iniziativa congiunta di Trentino Sviluppo e Distretto del porfido e delle pietre trentine ha l'obiettivo di ottimizzare i processi in cava e nelle diverse fasi di lavorazione, eliminando gli sprechi ed individuando nuovi modelli logistici e produttivi in grado di contenere i costi ed elevare la qualità dei lavorati in pietra trentina. Il progetto rientra nelle misure individuate dal Distretto per il rilancio del settore che conta 513 aziende con quasi 3 mila addetti.

AREA ARCESE A TRENTINO SVILUPPO

I 60 mila metri quadrati utilizzati da Arcese in zona industriale a Rovereto sono, da venerdì 18 settembre, parte del patrimonio immobiliare di Trentino Sviluppo. L'operazione di lease-back, del valore di 18,6 milioni di euro, come previsto dalle "Linee guida per gli interventi nel settore dell'autotrasporto" redatte dalla Provincia di Trento, vincola il Gruppo Arcese, che continuerà a disporre dell'area in virtù di un contratto di leasing, a precisi impegni occupazionali (791 posti di lavoro per i prossimi cinque anni) ma anche ad attuare - d'intesa con la Provincia, il Comune di Rovereto, Trentino Sviluppo e RFI - un servizio di intermodalità a beneficio delle imprese di autotrasporto interessate, avvicinando così il trasferimento dello scalo merci dalla stazione di Rovereto a quella di Mori.

MANAGER IN VISITA AL POLO

Trentino Sviluppo ha accolto 19 settembre presso la propria sede al Polo tecnologico di Rovereto una quindicina di studenti del master in Sviluppo locale dell'ISS, l'International Institute of Social Studies dell'Erasmus University di Rotterdam. I giovani, impegnati in uno stage di 15 mesi, che in Trentino li ha portati a visitare anche l'Ocse e la realtà della Cooperazione, hanno così potuto conoscere le iniziative e gli strumenti messi in campo da Trentino Sviluppo a sostegno del territorio e delle imprese locali, ma anche il sistema Trentino nel suo complesso e le peculiarità dell'Autonomia. I giovani - provenienti da Ghana, Bolivia, Canada, Etiopia, Pakistan, Olanda, Norvegia e da altri Paesi - hanno scelto Trentino Sviluppo quale realtà ritenuta "fiore all'occhiello" a livello europeo nel sostegno allo sviluppo territoriale.



ARISTON ROVERETO, LAVORI PER 1,5 MILIONI

Ariston Thermogroup rimarrà nello storico stabilimento di Rovereto impegnandosi a garantire gli attuali 90 posti di lavoro fino al 31 dicembre 2011. Al contempo la stessa azienda e Trentino Sviluppo investiranno 1,5 milioni di euro nella manutenzione straordinaria dello stabile produttivo, così da prevenire possibili cause di inquinamento acustico ed atmosferico che hanno destato preoccupazione in alcuni residenti. Questi i termini dell'accordo sottoscritto martedì 13 ottobre, tra l'azienda, Trentino Sviluppo e la Provincia di Trento.

PRIMO "TRENINO TECHNOLOGY TOUR"

Il 15 e 16 ottobre si è svolta a Trento, presso la sede della Facoltà di Sociologia, la prima edizione del Trentino Technology Tour. Vi hanno partecipato 25 realtà trentine del settore ICT - tra cui imprese facenti parte del "cluster" organizzato presso Informatica Trentina, gruppi di ricerca dell'Università, di FBK e di Create-net - che si sono presentate ad un gruppo di esperti tramite elevator pitch della durata di 8 minuti. Anche Trentino Sviluppo è intervenuta - assieme ad altri esperti locali, nazionali ed internazionali - nelle "Presentation Sessions" con il compito di ascoltare gli "elevator pitch" dei partecipanti, fornire suggerimenti e coaching (su aspetti tecnici e di business). Da segnalare che tre aziende insediate nei Bic - Delta R&S, Cogito e Konnecta - sono risultate tra le migliori otto realtà ICT trentine premiate nell'ambito dell'evento.

MENZ & GASSER AMPLIA A NOVALEDO

A sette anni dall'incendio che nella notte del 31 dicembre 2002 ne interruppe bruscamente attività e piani di sviluppo, lo stabilimento Menz & Gasser Spa di Novaledo, specializzato nella produzione di confetture, marmellate e sciroppi di frutta, rilancia con un investimento immobiliare di 4,69 milioni nei prossimi tre anni. Prevista la costruzione di tre nuovi capannoni, adiacenti alla struttura esistente, che permetteranno di aumentare la capacità produttiva di 15 mila tonnellate l'anno. L'ampliamento, che complessivamente supera i 5 mila metri quadrati, verrà sostenuto da Trentino Sviluppo. Garantiti 110 posti di lavoro fino al 2016.

PAGANELLA 2001: AUMENTO DI CAPITALE

Trentino Sviluppo rafforza la propria presenza in Paganella 2001 Spa, la società che gestisce il compressorio sciistico di Andalo, Fai della Paganella e Molveno. L'aumento di capitale sociale a carico di Trentino Sviluppo, deciso il 30 ottobre 2009, sarà di 2,2 milioni di euro (20,9 milioni il capitale complessivo) e andrà a sostenere il piano di investimenti, in particolare per quanto riguarda l'innervamento artificiale di tutte le piste. "Bloccati" fino al 2012 35 posti di lavoro. Dal 2003, data di ingresso di Trentino Sviluppo nella compagine sociale, Paganella 2001 ha realizzato investimenti per un valore complessivo di 31,3 milioni di euro.

AUTOTRASPORTO: AGGREGAZIONI ENTRO IL 10 DICEMBRE

"Operazione aggregazioni" fase due. L'ha aperta Trentino Sviluppo ri-emettendo l'avviso pubblico rivolto alle imprese dell'autotrasporto interessate ad aggregarsi. L'obiettivo è quello di razionalizzare il settore ponendolo nelle condizioni di superare l'attuale fase di crisi economica, anche con il sostegno rappresentato dalla partecipazione di Trentino Sviluppo al capitale sociale delle new.co. Riconfermati in pieno i contenuti del precedente "bando" che non aveva raccolto proposte corrispondenti ai termini contenuti nello stesso dopo che la proposta di Trentino Cargo non aveva potuto essere accolta a causa di difformità rispetto ai termini contenuti nell'avviso.

L'iniziativa torna in corsa rimettendo sul piatto i 7,5 milioni di fondi impegnati dalla Provincia di Trento su questa misura, una delle quattro previste dal "pacchetto" a sostegno degli autotrasportatori. Le proposte di adesione alle singole aggregazioni dovranno pervenire a Trentino Sviluppo entro le ore 13.00 del 10 dicembre 2009.



BIO N'DAYS, VALENCE (FRANCIA) 21, 22 E 23 APRILE 2010

Trentino Sviluppo co-organizza, nell'ambito della rete Enterprise Europe Network, l'evento di brokeraggio tecnologico e commerciale BIO N'Days, in occasione del simposio sulla conservazione, estrazione e separazione di prodotti naturali e biologici. L'iniziativa è rivolta ad aziende, università e centri di ricerca nei settori alimentare, cosmetico e packaging. Adesioni entro il 19 marzo.

www.biondays.com



OPPORTUNITÀ TECNOLOGIA E PARTNERSHIP



OFFERTE DI TECNOLOGIA

••• **Riduttori epicicloidali ad alto rendimento e privi di lubrificante (ref. 09 DE 1375 3F8D).**

Una PMI tedesca offre una novità assoluta nel campo della tecnologia di trasmissione. L'azienda ha sviluppato innovativi riduttori epicicloidali che operano da -40 °C a 120 °C senza alcuna lubrificazione, con elevata efficienza e rumorosità e dimensioni ridotte. Lo sviluppatore è interessato ad accordi di licenza con partner industriali nei settori: automotive, elettrodomestici, automazione, aerospaziale e medico

Scadenza: 19 ottobre 2010

••• **Biocarburanti da microalghe (ref. 09 IT 55X8 3F6A).**

Uno spin off universitario italiano ha sviluppato know-how e tecnologie per ottimizzare la crescita della biomassa algale e la relativa estrazione di olio per biocarburanti. La società è alla ricerca di partner industriali interessati ad un ulteriore sviluppo per testare nuove applicazioni

Scadenza: 10 ottobre 2010

••• **Fine Abrasive Waterjet (FAW) (ref. 09 SE 67CJ 3EXS).**

Una piccola impresa svedese ha sviluppato una tecnologia unica per il taglio di diversi materiali con getto d'acqua abrasivo. Il sistema offre i vantaggi della tecnologia tradizionale ma consente una maggiore precisione (fino a 0,2 mm di larghezza di taglio). L'azienda è interessata ad accordi commerciali e di assistenza tecnica

Scadenza: 17 ottobre 2010

••• **Accesso a Internet con velocità controllata in modo dinamico (ref. 09 HU 50R7 3F0Q).**

Una società ungherese offre accesso a Internet con velocità controllata in modo dinamico alle aziende che forniscono servizi. Il nuovo prodotto funziona con linguaggio C, codice Java e server web Apache. L'azienda è alla ricerca di partner per accordi di licenza, accordi commerciali con assistenza tecnica, sviluppo congiunto o risorse finanziarie

Scadenza: 25 settembre 2010

••• **Ricerca distributore di impianti di illuminazione (ref. 20090325023)**

Una società britannica che produce una serie di impianti di illuminazione industriali a risparmio energetico è alla ricerca di un distributore già operante nel mercato dei prodotti per il risparmio energetico di siti industriali e commerciali.

Scadenza: 25 marzo 2010

••• **Partner commerciale per caminetti a bio-combustibile (ref. 20090716022)**

Società francese specializzata nella distribuzione di caminetti a bio-combustibile cerca nuovi partner commerciali per rappresentare i propri prodotti nei mercati esteri. Inoltre, l'azienda offre la propria rete di distribuzione francese (grossisti, catene di negozi e dettaglianti indipendenti) per la commercializzazione di prodotti innovativi nel campo delle energie rinnovabili.

Scadenza: 24 luglio 2010

••• **Società tedesca ricerca partner nel Nord Italia (ref. 20090107016)**

Società tedesca che opera nel campo dei componenti per efficienza energetica, sistemi solari e immagine termica degli edifici, è alla ricerca di partner in Alto Adige, Nord Italia e Svizzera italiana, operanti nei settori: fotovoltaico, telecamere a raggi infrarossi e finestre ad alta efficienza energetica.

Scadenza: 07 gennaio 2010

OFFERTE COMMERCIALI

••• **Partner nel campo delle energie rinnovabili (ref. 20090630084)**

Società spagnola specializzata in energia solare, energie rinnovabili e relativi materiali è alla ricerca di un partner europeo per joint-venture e servizi logistici. L'azienda offre subcontraenze e servizi di intermediazione commerciale.

Scadenza: 22 luglio 2010

••• **Distribuzione di sistemi per la purificazione dell'aria (ref. 20090710023)**

Una piccola società rumena specializzata in sistemi di purificazione dell'aria ha messo a punto una nuova apparecchiatura che può essere utilizzata per la pulizia dell'aria e la protezione dell'ambiente. L'azienda sta cercando un partner per distribuzione, franchising o accordo di joint venture.

Scadenza: 24 settembre 2010

••• **Subfornitura nel campo del risparmio energetico (ref. 20090210015)**

Un architetto austriaco è alla ricerca di partner che offrono nuovi ed interessanti prodotti o servizi nel settore del risparmio energetico negli edifici. Inoltre, si offre come subfornitore di potenziali clienti all'estero.

Scadenza: 10 febbraio 2010

a cura di Francesca Azzolini

Autorizzazione del tribunale di Rovereto n. 277 del 29.11.2007

Direttore responsabile
Davide Modena

Comitato di redazione

Francesca Azzolini, Gianni Baldessari, Mauro Bosetti, Laura Maffei, Filippo Manfredi, Ornella Marchiori, Nicola Polito, Sergio Remi

Direzione, Redazione ed Amministrazione
38068 Rovereto (TN) via Zeni, 8
Tel. 0464 443111
Fax 0464 443112
info@trentinosviluppo.it
www.trentinosviluppo.it

Stampa
Esperia Srl • Lavis (TN)

Editore
Trentino Sviluppo SpA

In copertina
Casco Momo Design
modello Fighter

Grafica
Plus



www.trentinosviluppo.it