

Turismo congressuale «Siamo sedi in Europa ma chi dice che rimarremo fermi così?»

Forse non tutti lo sapranno ma un grosso e potenziale business per il nostro paese è il turismo congressuale. Non siamo, come d'altronde, in altri campi della economia, ai primi posti ma certo c'è una concreta possibilità di sfondare anche in questo settore. In particolar modo in alcune zone del Trentino e più specificamente a Marilleva, Folgaria e Riva del Garda. Vediamo come e perché.

ALFREDO POZZI

Come funziona e quanto vale il turismo congressuale e fieristico in tre località del Trentino: Marilleva, Folgaria e Riva del Garda? Congressi, convegni e fiere oggi fanno gola a tanti operatori perché producono business notevoli e spesso in bassa stagione; ma il Trentino è la regione, tra quelle montane, più preparate e attrezzate in questo campo. Esperienze interessanti come quella di Marilleva (1.400 m.) dove abbiamo partecipato al Congresso internazionale di cardiologia. «Qui - ci ha detto il direttore di un noto hotel della zona, Mario Costa - non c'era solo il problema di sfamare e servire circa 700 persone per 7 giorni, sistemando decentemente anche gli altri 400 ospiti, ma c'era pure la necessità di far funzionare la macchina congressuale che si sviluppa attraverso 40 tavole rotonde e 150 relazioni, sostenute da filmati e diapositive, da traduzioni simultanee e da dibattiti in platea e in un salone comunicante».

Poi bisogna pensare alle registrazioni, al tempo libero, agli scambi personali di informazioni su studi e ricerche, alle esigenze dei giornalisti che sollecitano pure incontri con personalità di spicco. Ciò esige un'organizzazione complessa e attenta, reception ben servite di mezzi di comunicazione, interpreti, sale e salette attrezzate, centri stampa. «Una grande impresa», per il presidente dell'Azienda di soggiorno della Val di Sole, Piero Scaramella, «che solo pochi centri scistici possono affrontare». A Marilleva (40 km di piste, 15 impianti di risalita, invernamento artificiale) l'inverno porterà anche i raduni «Autostade Iri» (900 partecipanti), della General Electric Olandese (700 ospiti) e il Meeting dell'«Amicizia dell'Inps, che trasferirà in montagna oltre 1.500 persone. Sono pure programmati 10 convegni».

Folgaria è un altro centro scistico che può affrontare il turismo congressuale agli stessi livelli di mille persone per volta. Qui abbiamo seguito il «Corso europeo post-universitario sul silicio amorfo», promosso dalle università di Torino, Verona, Trento, della Task-Ricerca di Ispra, sia il Meeting internazionale roteriano (400 partecipanti). È inutile sottolineare il grande interesse che ha suscitato il corso sul silicio che in Europa oggi impegna 30 gruppi di ricercatori (l'obiettivo è lo sviluppo dell'energia alternativa), ma è forse il caso di met-

Commercio con l'estero All'appuntamento del 1992 ecco come si prepara il sistema Italia Intervista a Pollidoro responsabile Pci

Internazionalizzazione ma cambiando registro

Scadenza del mercato comune europeo nel 1992, problemi della internazionalizzazione della economia, affanni delle nostre imprese (soprattutto quelle di piccole e medie dimensioni) nell'export. Per non dimenticare i pochissimi strumenti che il sistema Italia ha a disposizione per non essere penalizzato dalla concorrenza degli altri paesi industrializzati.

MASSIMO FILIPPINI

La scadenza del mercato unico europeo, il 1992, è appena tra quattro anni. Come si presenta all'appuntamento il sistema Italia?

L'unificazione del mercato europeo offre nuove possibilità alle nostre imprese, ma anche una più aggressiva concorrenza, mentre il rallentamento degli scambi mondiali aumenterà ulteriormente la competizione commerciale anche nei confronti delle aree extra europee. Il confronto sarà durissimo e molte imprese andranno fuori mercato. C'è stato uno sforzo di molte imprese italiane nel senso di una apertura verso i mercati esteri, ma nonostante ciò, c'è un ritardo nel processo di internazionalizzazione dell'economia del nostro paese nel suo complesso. Concordo con coloro che sostengono che al tra-

guardo del 1992 all'appuntamento deve presentarsi non soltanto l'industria. Gran parte delle imprese sono ancora impegnate saltuariamente nell'attività esportativa e, quindi, sono prive di conoscenze, di professionalità e di strumenti adatti per partecipare alle nuove sfide dei mercati internazionali. Le grandi imprese dispongono fin da ora di tutto ciò o se lo possono procurare facilmente perché hanno le risorse necessarie. Ora, il sistema Italia si fonda - a differenza della maggior parte dei nostri concorrenti - su una miriade di piccole e piccolissime imprese. Allora occorre un progetto, una politica dello Stato e risorse adeguate per facilitare la partecipazione della minore impresa alla scelta dell'internazionalizzazione. Oltre l'80% delle imprese che esportano sono sotto i 100 addetti. Qui sta il

ritardo più grave del nostro paese. Manca un progetto per organizzare tale passaggio. Oggi bisogna capire che non si è competitivi soltanto attraverso il prezzo e la qualità del prodotto ma anche arricchendo il contenuto di commercializzazione allo scopo di recuperare il valore aggiunto.

In questa situazione, quali sono le proposte del Pci?

Bisogna adeguare subito tutto il sistema di finanziamento e assicurazione che è invecchiato rapidamente per i mutamenti avvenuti su scala mondiale mentre i nostri concorrenti si sono rinnovati tempestivamente. La legge Ossola deve essere rivista, perché sono cambiati gli accordi internazionali, perché si stanno elaborando nuovi strumenti per finanziare l'indebitamento dei paesi in via di sviluppo, e anche perché il mercato unico non riguarderà soltanto lo scambio di merci, ma i capitali, i servizi, la proprietà intellettuale.

Ma il Pci ha già elaborato proposte precise?

Siamo stati i primi a fare proposte concrete. Anzi sul sistema assicurativo dei crediti all'export siamo stati i soli a presentare in Parlamento un d.d.l. di riforma della Sace. Come si sa si tratta dello strumento finanziario essenziale

per indirizzare le imprese verso nuove aree.

Quali sono i contenuti della riforma?

Noi proponiamo di trasformare la Sace in un'agenzia dotata della necessaria autonomia allo scopo di renderla agile e efficiente. Poi proponiamo di sottrarre l'azienda alla vigilanza del Tesoro (una indagine comparata dimostra che in nessun paese il sistema assicurativo dei crediti all'export è sottoposto alla vigilanza del Tesoro, e ciò per ovvi motivi), e di affidarla alla vigilanza della presidenza del Consiglio dei ministri. Inoltre, si tratta di mettere finalmente tutto il sistema della minore impresa in condizione di accedere a tali finanziamenti: per fare ciò è necessario dotare l'agenzia di sportelli in tutte le province, perché ora la Sace ha un solo sportello, e cioè, la sede di Roma. Noi proponiamo di collegare l'agenzia al sistema bancario italiano che sarebbe così autorizzato a compiere operazioni di assicurazione dei crediti all'export fino ad un certo limite. È anche questo un mezzo efficace per facilitare l'internazionalizzazione della minore impresa.

Tutto questo sul terreno finanziario ma l'internazionalizzazione richiede anche un adeguamento del



Carlo Pollidoro

servizi «reali». Che cosa si propone?

Il punto più carente - come risulta da diverse indagini presso le imprese - è il sistema informativo. Di fronte all'evoluzione così rapida dei mercati internazionali l'Italia presenta una grave dispersione di fonti e di strumenti di informazione, e anche una notevole contrapposizione fra di loro. Dispersione e contrapposizione che debbono essere al più presto superate. Come? Utilizzando le grandi potenzialità esistenti attraverso il coordinamento sia delle fonti di informazione (uffici Icc all'estero, addetti commerciali delle ambasciate, Camere di commercio all'estero), sia degli strumenti (sistema informativo Icc, Cerved della Camera di Commercio, ecc.). Allora è urgentissima la riforma dell'Icc.

Come ha detto prima la dispersione della minore impresa, nonostante le sue doti di flessibilità, è un ostacolo all'internazionalizzazione che può penalizzare molte imprese.

Certamente. Ma lo penso che vi siano le condizioni per superare tale ostacolo: si tratta di coinvolgere il mondo dell'imprenditorialità minore, aumentare il suo potere contrattuale, la sua capacità produttiva

Export-import Magazzini Takashimaya in Italia

MAURO CASTAGNO

ROMA La Turchia è uno dei paesi che presentano maggiori opportunità di sviluppo per le esportazioni italiane. Per questo la pubblicazione di un agile volumetto dal titolo «Notizie utili per l'operatore economico italiano in Turchia» va segnalata. La pubblicazione, curata dall'ufficio commerciale di Istanbul, contiene una serie di informazioni generali e pratiche di cui è necessario tener conto per affrontare il mercato turco. Essa può essere richiesta, gratuitamente, allo stesso ufficio commerciale.

È, a proposito di informazioni utili, se siete interessati al mercato nordamericano andate a leggere la «Guida per l'esportazione negli Stati Uniti» pubblicata dall'Ice. La guida di cui è autore Michael Doland dell'omonimo studio legale di Los Angeles è una fonte di numerose informazioni pratiche: dal tipo di regolamentazione in vigore negli Stati Uniti in materia di import, al ruolo di tutti gli interlocutori da contattare, nonché per la costituzione di contratti, di accordi di rappresentanza e successi. L'avviso annunciato un paio di settimane fa: una delegazione dei grandi magazzini giapponesi Takashimaya è giunta in Italia per organizzare nel prossimo autunno un «Festival del Made in Italy» della durata di tre settimane. L'occasione è ghiotta e va colta a volo. I magazzini Takashimaya sono tra i più grandi di tutto il Giappone e con i loro venti punti di vendita hanno un giro di vendite dell'ordine dei 10.000 miliardi di lire. Essi già acquistano dall'Italia per circa 20 miliardi, ma sarebbero orientati a comprare ancora più prodotti di consumo italiani da vendere in Giappone. Ecco quindi l'idea di un Festival italiano che si terrà dal 22 settembre a metà ottobre. Vale la pena di sottolineare a questo proposito la data: in Giappone è in questo periodo autunnale che si affilano le armi commerciali per la campagna natalizia e per le vendite di fine anno. Periodo strategico, dunque, per cui l'iniziativa Takashimaya acquista ancora maggior rilievo. In questi giorni la delegazione giapponese, sta avviando una serie di contatti con operatori italiani per condurre in porto contratti di acquisto per circa 10 miliardi proprio per l'iniziativa del prossimo autunno. È chiaro che un risultato positivo del festival italiano potrebbe costituire il trampolino di lancio per un'ulteriore espansione del made in Italy sul mercato nipponico. Per questo le autorità italiane premono sulla promozione stanno seguendo tutta la questione. Ieri, alcuni funzionari giapponesi guidati dal direttore Federico Galati si sono incontrati a Roma con la delegazione dei magazzini Takashimaya. Cosa è emerso da questo incontro? Che da parte italiana si contribuirà in termini finanziari alla predisposizione di una adeguata campagna pubblicitaria a sostegno del festival. Inoltre, e anche questo potrebbe aprire importanti sviluppi per il futuro, i rappresentanti giapponesi hanno ribadito la loro intenzione di importare sempre più prodotti italiani. In particolare un tipico prodotto italiano sarebbe grosse prospettive: il prosciutto. Su di esso oggi gravava una limitazione alle importazioni in Giappone per motivi sanitari artificiosamente adottati dalle autorità nipponiche. L'eliminazione di un ostacolo dello stesso genere sul mercato statunitense, la decisione in questo senso è molto recente e sta per diventare operativa, offre l'opportunità per un'azione verso le autorità sanitarie di Tokyo che difficilmente potranno continuare nella loro posizione.

Sarebbe utile che gli operatori italiani interessati al Giappone entrassero subito in contatto con la sede di rappresentanza che la società Takashimaya ha stabilito a Milano.

Una missione economica in Zaire di una settimana? Potrebbe valere la pena visto che l'oggetto è molto preciso: favorire la costituzione di joint ventures con piccole e medie imprese locali in settori ben determinati: abbigliamento; calzature; guanti da lavoro; tessuti antichi; farmaceutici e medicinali di largo consumo produttivi con bassi investimenti; fertilizzanti a base di nitrato di ammonio.

Risparmio energetico, salvaguardia dell'utenza e tutela dell'ambiente Tre argomenti al centro di un recente convegno della Competrol-Confesercenti

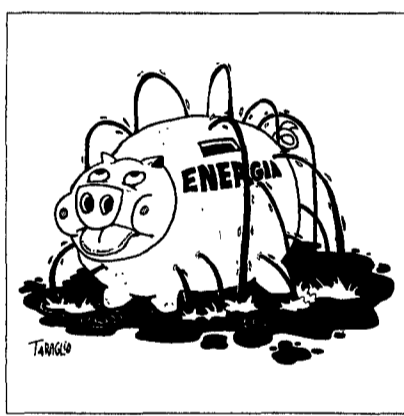
Non più un prodotto, si vende un servizio

È possibile coniugare il risparmio energetico con la tutela dell'ambiente e con l'erogazione di migliori servizi all'utenza? Sembra che di sì se è vero quanto è stato affermato in una animata tavola rotonda all'interno di un convegno svoltosi nei giorni scorsi a Bologna. Hanno partecipato Zorzioli (Enel), Gianotti (Pci), Ravaglia sottosegretario all'Industria (Pri), Genco (Bocconi) e Pinchera (Enea).

PATRIZIA ROMAGNOLI

BOLOGNA. «Non si vende più un prodotto, ma un servizio». È questa l'idea da cui è partita l'iniziativa della Competrol-Confesercenti di costituire un centro nazionale per l'innovazione aziendale e la promozione dei servizi. Per illustrare meglio l'iniziativa e per discuterne con qualificati rappresentanti delle aziende erogatrici di servizi, si è tenuto a Bologna nei giorni scorsi il convegno «risparmio energetico, imprenditorialità, servizi, ambiente» cui hanno partecipato delegati della Sis Energia, dell'Enea, dell'Istituto italiano economia fonti energetiche e della Regione Emilia-Romagna.

A questo ha fatto seguito una tavola rotonda con i rappresentanti di alcuni partiti politici. Le imprese associate alla Confesercenti nel settore energia in genere sono 4.000. Il problema generale per tutte è di trasformare il loro approccio al mercato. Non più la pura e semplice vendita di un prodotto - un carburante, in pratica - ma la capacità di dare un servizio nell'ottica delle politiche di risparmio energetico. Secondo tutti gli intervenuti il discorso risparmio coinvolge soprattutto l'utenza privata, che, meno sensibilizzata e comunque con



meno strumenti tecnologici a disposizione, si trova molto spesso a non conoscere neppure gli accorgimenti per ottimizzare i propri impianti. Sul versante delle imprese,

quando per di più i consumi di gasolio/petrolio sono diminuiti tra l'80 e l'87 del 48%, a tutto vantaggio del metano, il cui consumo è aumentato del 31%.

In questo quadro, il metano è spesso visto come il nemico, quando invece è tutto l'approccio al problema che deve cambiare. I consumi di gasolio/petrolio stanno aumentando, ma non solo per quanto riguarda il calore, ma anche per quanto riguarda la produzione di energia ad alto tasso di risparmio. Ma non solo per quanto riguarda il calore, ma anche per quanto riguarda la produzione di energia ad alto tasso di risparmio. Ma non solo per quanto riguarda il calore, ma anche per quanto riguarda la produzione di energia ad alto tasso di risparmio. Ma non solo per quanto riguarda il calore, ma anche per quanto riguarda la produzione di energia ad alto tasso di risparmio.

zza degli impianti stessi. Senza contare tutto il vasto campo delle nuove tecnologie di risparmio energetico. Sebbene, ad esempio, le sperimentazioni finora avvenute sulla cogenerazione non abbiano dato i risultati attesi, è certo che si tratta di una forma di produzione d'energia ad alto tasso di risparmio. Ma non solo per quanto riguarda il calore, ma anche per quanto riguarda la produzione di energia ad alto tasso di risparmio. Ma non solo per quanto riguarda il calore, ma anche per quanto riguarda la produzione di energia ad alto tasso di risparmio.

«Un buon approccio ai servizi energetici», ha detto Enrico Legnari, dell'ufficio energia della Confesercenti - non può che offrirsi in termini di salvaguardia dell'ambiente, ossia servizi per lo smaltimento dei rifiuti, per la depurazione delle acque, interventi di tutela falde acquifere e controllo della dispersione inquinante. E questo modo di procedere richiede pluralismo dell'offerta e un sistema di imprese qualificate».

Tutti i rischi della febbre del software

MAURIZIO QUANDALINI

Nel 1987 le Società del settore di informatica nel nostro paese hanno fatturato 5.200 miliardi con una crescita del 26% rispetto l'anno precedente. Non solo. Il mercato italiano sta allargandosi a macchia d'olio. La febbre del software house aumenta vertiginosamente. Ma con quali rischi? Vediamolo da questa nostra piccola inchiesta in due puntate.

Parla il dott. Francesco Bianchi, ricercatore della Nomos Sistema e curatore, insieme a Giancarlo Caplini, per l'Anasim (l'associazione che raggruppa le maggiori aziende di software) di una indagine analitica nel settore. «Per queste imprese quello che manca è un modello organizzativo e gestionale a cui fare riferimento in modo preciso. Un modello culturale-guida, forte e semplice». Certamente per delle aziende che si occupano di un prodotto abbastanza giovane e sconosciuto il nodo da sciogliere rimane uno solo: l'adeguamento della organizzazione aziendale alla crescita. Una crescita che abbandona il modello degli

anni 70, primi anni 80, con lo sviluppo estensivo (boom della mini e microinformatica, proliferazione delle fonti di domanda e di offerta), approdato alla fase attuale caratterizzata da uno sviluppo intensivo (gestione, supporto alle decisioni manageriali, funzioni di networking e comunicazione). Nelle due puntate che vi proponiamo, cerchiamo, col supporto della ricerca-studio della Nomos Sistema per Anasim, d'explorare tra i pregi e i difetti del terziario avanzato per automazione: le società dei servizi d'informatica. L'interesse non è giustificato solamente dalle migliaia di miliardi che girano o dal numero di addetti (circa 50.000 in 3.500 aziende) ma soprattutto perché tratteremo di uno dei settori chiave per lo sviluppo industriale in cui si concentrano copiosi affari dei gruppi economici di tutto il mondo. Solo in Europa il fatturato software house ha raggiunto i 23,5 miliardi di dollari, circa il 70% (fonte Ecsa) realizzato in Francia, Germania, Gran Bre-

ta e Italia. Partiamo dalle nozioni elementari. Intanto la traduzione della parola inglese software, conata negli anni 50 per indicare le schede perforate. Letteralmente significa elemento molle. Nel linguaggio corrente è il programma da inserire nell'hardware, l'elemento duro, cioè il computer. Per analogia, il software sta a un disco come il hardware ad un giradischi. Nella maggior parte dei casi è lo stesso software a decretare il successo del computer per questo il software è un mercato redditizio. E da qui il passo è breve per veder nascere come funghi i software publisher house (case produttrici di programmi).

Agli inizi, in terra statunitense, prende piede la figura del softwareista, tipica dei «computer bluffs», come vengono etichettati gli appassionati. La professione per un mercato che era ancora in erba e che registrava in parallelo un boom spropositato del personale, dava libero spazio alla

fantasia. Bastavano ristretti gruppi di analisti, programmatori e operatori capaci di stare seduti ore e ore davanti al computer con il compito di risolvere i più svariati problemi. Servizi di word-processing (battitura, correzione dei testi dal computer proprio come una supermacchina da scrivere elettronica); servizi di contabilità, utilizzando il computer come supercalcolatrice; servizi di informazione e ricerca, per il reperimento di informazioni presso banche dati e istituti di ricerca; servizi di assistenza, di noleggio e pronto intervento. Così se da un lato il mercato dell'offerta pullula, oggi, di proposte dall'altro versante il mercato della domanda non è da meno. Le imprese hanno bisogno di una considerevole quantità di servizi che è sempre meno facile e conveniente produrre al proprio interno.

Inoltre da parte delle piccole e medie imprese è in atto un processo di maturazione. Da un po' di tempo affrontano a viso aperto la necessità d'introdurre all'interno dell'impresa un sistema informatico perché coscienti, se ben applicato, della sua azione positiva sull'organizzazione e sui costi. Ma a quale software puntare? Per qualsiasi settore i programmi simili si moltiplicano a centinaia: una regola aurea, in questo caso, rimane quella di rispettare i requisiti di affidabilità, adattabilità e accessibilità. Sulla piazza riescono a convivere società di servizi d'informatica tecnologicamente avanzate e altre di una curatura media.

La radiografia non deve sorprendere più di tanto perché risponde a delle precise indicazioni di mercato che vedono la presenza di aziende che si forniscono di computer economici (e di conseguenza programmi a poco costo) e altre imprese, ad esempio la pubblica amministrazione, che per la loro organizzazione devono fare uso di software innovativi, rispondenti maggiormente all'hardware in dotazione. Comunque, per ora, sul mercato sono rare le

Quando, cosa, dove

- OGGI - Promosso dal Comitato nazionale per la riforma del decentramento nelle città medie convegno sul tema «Decentramento-Efficienza-Partecipazione». Ravenna - Teatro Rasi - 4 e 5 marzo.
- Organizzato dalla Federazione delle associazioni scientifiche e tecniche seminario sul tema «Il programma Espri 2. Conoscenza, risorse, modalità di partecipazione». Milano - P.le Morandi 2.
- DOMANI - Si inaugura Bibe-Interfood, rassegna nazionale dell'alimentazione e delle bevande. Più di 800 gli espositori provenienti da tutte le regioni italiane. Genova - Dal 5 al 10 marzo.
- Organizzato dall'Istituto superiore per la formazione economica e finanziaria convegno sul tema «Finanziamenti Cee: aiuti e prestiti della Comunità europea, finanziamenti in valuta estera, servizi finanziari». Intervengono, fra gli altri, Francesco Forte, Francesco Passaro, Carlo Ripa di Meana. Bari - Grand Hotel Ambasciatori.
- LUNEDÌ 7 - Seminario dedicato a «Coordinamento e motivazione degli uomini nelle imprese d'oggi». Il seminario, organizzato dall'Istituto di studi direzionali, è articolato in due fasi rispettivamente di 4 e 3 giorni, la seconda delle quali può essere scelta facoltativamente. 1ª fase: dal 7 al 10 marzo. 2ª fase: dal 30 novembre al 2 dicembre. Istud - Belgirate (No).
- MARTEDÌ 8 - Seminario sull'intelligenza artificiale dal titolo «Scelte ed esperienze europee nell'utilizzo dei sistemi esperti». Milano - Hotel Michelangelo.
- Convegno su come costruire l'immagine. Come si arriva alla comunicazione integrata. Questo è il tema della discussione che avverrà nella sede dell'Unione industriali di Roma e provincia. Intervengono tra gli altri Andrea Mondello, Augusto Morello, Renzo Rallo, Ovidio Jacorossi. Roma, sede Uir via Mercadante 18, via di Porta Pinciana, 4.
- GIOVEDÌ 10 - Organizzata dall'Associazione industriale lombarda e dalla Federazione libera associazione dottori commercialisti in collaborazione con il Sole 24 ore si svolge la «Prima conferenza nazionale sulla politica fiscale». Intervengono Ottorino Beltrami, Innocenzo Cipolletta, Victor Uckmar, Antonio Pedone. Milano - Via Pantano, 9 - 10 e 11 marzo.

(A cura di Rossella Funghi)