

Non solo Ghirlandina
Modena offre
piccoli e squisiti
musei e collezioni

La «patria» di Tomba
Sestola invita
sulle sue piste
sciatori e non

Vignola in festa
tra i ciliegi
in fiore

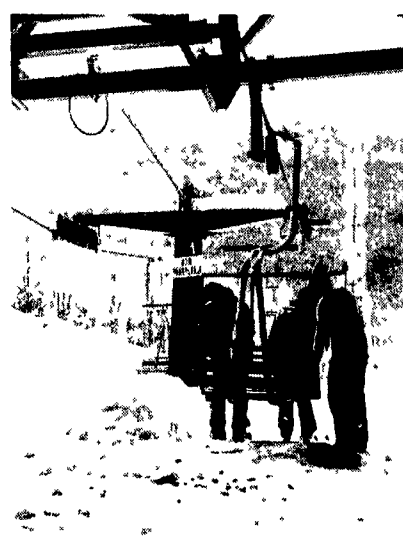
Per turisti «ariosi»
tanti piccoli segreti

Il duomo romanico è certo il monumento più conosciuto della città. Ma per il turista «arioso», ossia proveniente da lontano, ci sono in serbo altri piaceri. La cultura gastronomica, con tortellini, lambrusco e aceto balsamico tra le specialità. Poi il museo dedicato alle Imprese della Ferrari e quello delle figurine Panini. Infine, in provincia, le piste su cui si è allenato il campionesimo.

zio di uno, due, tre week-end. Modena oggi è in grado di offrire un turismo diverso non è una città da consumare con la mentalità del turista avido di forti sensazioni piuttosto è una città da camminare alla scoperta di un complesso corpo storico architettonico che deve essere valorizzato non solo per le eccezionalità, ma soprattutto per la sua globale generalità. Se si vuole entrare subito in felice rapporto con Modena basta essere disposti ad inserirsi nella sua realtà con lo stato d'animo del viaggiatore curioso, che, a zozzo a caso, prende mentalmente nota, confronta, si stupisce, si pone domande, poi con una guida si documenta su quanto emerge dalla normalità del tessuto storico ed architettonico complessivo.

est ovest, da Porta Bologna a Porta S. Agostino, due chilometri scarsi dall'estremità nord corrispondente a Porta Castello (ora corso Vittorio Emanuele) all'estremità sud di Porta Saragozza (viale delle Rimembranze). Anche camminando a caso è inevitabile arrivare a Piazza Grande, il centro storico e spaziale della città dove il monumentale si affianca al quotidiano, la vita religiosa e quella civile, la storia del passato a quella presente. Palazzo Comunale, Palazzo Ducale (ora Accademia Militare) le chiese, i musei, la Gallena Estense.

rat Bugatti Lamborghini con un museo dedicato alle imprese delle «rosse» con le insegne del cavallino rampante, Modena capitale delle figurine con la Panini. Modena capitale del cinema d'essai e dove c'è un teatro per ogni età, Modena della Resistenza città medaglia d'oro la quale offre un itinerario che va dal Museo della Repubblica di Montefiore, al Museo del deportato.



quale s'incarica così di celebrare in modo insolito uno dei massimi figli di Vignola. Quello Jacopo Barozzi (il Vignola) architetto rinascimentale, cui si deve - oltre a chiese e palazzi sparsi per mezza Italia - l'invenzione di una mirabile scacchiera autoportante visibile in quella che fu la sua casa natale nella piazza centrale. Dal Rinascimento all'alto Medioevo sono due i monumenti che ricordano le epoche storicamente più lontane. La Pieve di S. Martino in cento rive (periferia verso Marano) e S. Maria rotonda già citata in un documento (VIII secolo) dell'Abbazia di Nonantola. Come da lontano, da lontanissimo anzi, viene una saprosa tradizione che in tempi recenti si è trasformata quasi in culto l'aceto balsamico. Pare infatti che occorre addirittura risalire ai romani antichi per trovar le origini di questo «nettare» cui hanno reso devoto omaggio poeti e scrittori, esaltandone il «divino» aroma. Il suo lento farsi è già questione «storica» di cui: poiché occorrono molti anni (e molti delicatissimi travasi) prima che l'aceto acquisti il corpo ed il profumo ben noti. Alchimie complicatissime, segreti custoditi gelosamente, «acetosi» (serie di botticelle apposte, cioè) e «firre» che valgono oro sono oggetto, nella limitrofa Spilamberto, di antiche mura fortificate, bastioni e torri, proprio nel cuore della città vecchia. Attenti e meticolosi lavori di ripristino hanno reso agibile l'intera struttura - dalle stalle poste nel sottosuolo agli ultimi camminamenti di ronda - considerata una delle più belle d'Emilia (con Ferrara e Torrecchiara), imprevedibile da alcune sale interamente riamate e da una cappella con affreschi cinquecenteschi assai agli onori. Da qui il richiamo del presidente Camellini a non appesantire ulteriormente gli stock di magazzino già a livelli alti visto che custodiscono quasi 100 milioni di metri quadrati di piastrelle, contro vendite annue che si aggirano sui 300-310 milioni di metri quadrati.

LUCA DALORA

Modena, forse come nessun'altra città, è dominata da un monumento, che d'ogni parte si arrivi, saluta da lontano chi si avvicina e domina da chilometri di distanza tutta la città: è la Torre Ghirlandina, la perfetta torre campanaria del Duomo romanico, la cui fondazione, nell'anno 1099, segnò il momento conclusivo del ritorno degli abitanti al territorio ora sorto l'originario nucleo urbano che doveva divenire nel 183 a.C., col nome di Mutina, colonia di Roma, colonia assai importante,

soprattutto dopo che era stata iniziata, nel 187 a.C., la costruzione della via Emilia. A Modena, tuttavia, non si deve venire solo per ammirare l'ormai famoso duomo romanico. Modena è un sapido impasto di tanti ingredienti, da gustare uno per uno seguendo un itinerario che può essere goduto da turisti, curiosi, dagli stessi modenesi di Modena o da quelli «ariosi» ovvero che vengono da fuori desiderosi di riscoprire le bellezze della loro città e del territorio che la circonda, nello spe-

ciò che è di casa a Frassinoro dove esiste una famosa scuola di sci alpino della Fis per giovani e adulti. Ma l'Appennino sempre verde, sempre diverso, offre una vastissima gamma di possibilità, per tutte le stagioni e ciò grazie anche alla moderna organizzazione alberghiera incentivata dagli interventi dei governi regionale e provinciale delle associazioni di categoria, Camera di commercio, Azienda di promozione turistica, Comunità montane e amministrazioni civiche.

Poi c'è la cultura gastronomica di «Modena a tavola» con i prodotti tipici che bene hanno assimilato le esigenze di una industria moderna e di un artigianato tradizionale: grana, lavorazione dei maiali, tortellini, lambrusco, aceto balsamico, nocino, ciliege di Vignola. C'è Modena capitale delle velocità: Ferrari, Maserati Bugatti Lamborghini con un museo dedicato alle imprese delle «rosse» con le insegne del cavallino rampante, Modena capitale delle figurine con la Panini. Modena capitale del cinema d'essai e dove c'è un teatro per ogni età, Modena della Resistenza città medaglia d'oro la quale offre un itinerario che va dal Museo della Repubblica di Montefiore, al Museo del deportato.

Al naturalista l'Appennino offre un ambiente ricco di sorgenti, boschi, parchi flora e fauna, agli escursionisti, sentieri, antiche mulattiere, trekking sui crinali, agli sportivi oltre alle rinomate piste sciabili seggiovie funive - campi per il gioco del calcio, tennis, pallavolo, pattinaggio su ghiaccio e a rotelle, bocce, pallacanestro, maneggi e piscine.

Si tratta di un piccolo saggio teso a dimostrare che Modena e il suo territorio è in grado di offrire un'organizzazione la quale - assieme al tradizionale senso di ospitalità, alla buona cucina, alle qualificate strutture alberghiere - garantisce che tutto è stato predisposto affinché anche un breve soggiorno possa essere piacevole e significativo.

Futuro rosa per l'industria della ceramica

SASSUOLO. Gli anni bui sono alle spalle e nel paese della piastrella, in quella valle del Secchia che unisce modenesi e reggiani in un «contium» ininterrotto di stabilimenti ceramici, in un'unica grande fabbrica, si respira un'aria più rilassata. Non che lo spettro della sovrapproduzione e della guerra all'ultima lira sui prezzi, sia stato definitivamente allontanato, anzi, lo stesso presidente dell'Asso Piastrelle (l'Associazione nazionale che raccoglie i produttori di ceramica), Antonio Camellini, ha di recente messo in guardia i suoi colleghi dal cadere nuovamente in quella spirale perversa, ma ininterrotta, di fatture e i profitti dell'86 e dell'87 hanno sollevato il morale a molte imprese.

Dopo la «grande crisi» e la cura da cavallo di innovazione e ristrutturazione dei primi anni Settanta, si è avuta la chiusura di un centinaio di imprese e alla perdita di migliaia di posti di lavoro, il distretto ceramico modenese e reggiano (dove si concentra l'80% dell'intera produzione nazionale) e oltre il 30% di quella mondiale) alla ricerca di un nuovo equilibrio tra potenzialità produttive (che restano ancora parzialmente inespresse) e crescita globale dei mercati. Un equilibrio difficilissimo da raggiungere, se si pensa che tra Sassuolo e Scandiccioli si contano circa duecento

aziende ceramiche, con 300 stabilimenti, troppe, sostiene la stessa Assopiastrelle, e ancora piuttosto resiste a ricercare accordi tra loro. Anche se da qualche mese si assiste a sostanziosi fenomeni di assorbimento di aziende chiuse (in funzione dei marchi) e di concentrazione i grandi gruppi e pure quelli medi, si stanno muovendo parecchio. Intanto però gli ultimi due anni hanno portato incrementi

di vendite, in Italia come all'estero, significativi, e di concreto, una buona crescita della redditività e dei profitti. Nel 1986 le vendite interne sono aumentate del 3,6% e l'anno successivo del 4,9% mentre le esportazioni, hanno avuto un andamento opposto, con una forte ascesa nell'86 (dal +22,2% del Belgio al 18,2% degli Stati Uniti, dal 14,1% dell'Olanda al 13,7% del Regno Unito, con Francia e Germania attestata sul +3-4%) e

un più contenuto incremento nell'87 (si va da lievisse perdite dello 0,6% a del +8%). Meno ottimiste le previsioni per il 1988 secondo l'osservatorio previsionale Prometeia Assopiastrelle, la crescita delle vendite totali di piastrelle non supererà il 2% quasi interamente dovuto alla domanda interna, mentre per le esportazioni si stima un +0,4%. A preoccupare gli imprenditori del distretto ceramico è il trend nazionale della

produzione, che è salita nell'86 e nell'87 e continuerà a crescere nell'88 intorno al 2,8%, e cioè a un tasso superiore a quello delle vendite. Da qui il richiamo del presidente Camellini a non appesantire ulteriormente gli stock di magazzino già a livelli alti visto che custodiscono quasi 100 milioni di metri quadrati di piastrelle, contro vendite annue che si aggirano sui 300-310 milioni di metri quadrati.

La Confesercenti è l'organizzazione maggiormente rappresentativa del settore commerciale e dei servizi nella provincia di Modena ed è puntando su un'idea semplice, le piccole e medie imprese hanno bisogno di innovazione e di strumenti per affrontare il mercato, che ha legittimato questa posizione di leadership ed ha percorso i tempi in un momento in cui l'evoluzione della rete commerciale e della stessa struttura dei consumi, si è fatta davvero serrata. Tradurre in pratica l'idea ha poi richiesto sforzi e risorse cospicue. L'esigenza di innovazione della impresa ha però consigliato di accelerare i tempi. Così, sulla base di un

progetto di ristrutturazione organizzativa, la Confesercenti è diventata un sistema di aziende del quale l'associazione rappresenta il nerbo strategico e politico-sindacale. Il tratto vincente di questa nuova impostazione è il fatto che ogni azienda del sistema espone un alto livello di professionalità e di specializzazione per rispondere ad ogni problema aziendale, mentre ogni impresa commerciale e di servizi può trovare l'insieme di risposte che vanno dalla rappresentanza politico-sindacale al più complesso problema aziendale. Quest'organizzazione ha registrato una decisa crescita di consensi nel settore del commercio, del turismo e dei servizi.

La Confesercenti di Modena fornisce servizi e tecnologie avanzati
Un sistema per innovare
commercio, turismo e servizi

Ripetere che la struttura distributiva è in buona parte irrazionale e inefficiente non è sufficiente: è tempo capire perché questo è detto più volte oggi e soprattutto si deve manifestare una volontà concreta di intervenire e trasformare l'assetto attuale. Noi pensiamo di far più che in altre fasi sia necessario analizzare la struttura dei punti vendita in base a quelle considerazioni: la prima è che ci troviamo in un periodo di crescita dei consumi, certo non frenata, anzi più consapevole, talvolta anche critica, ma comunque è uno sviluppo quantitativo; la seconda è che negli ultimi anni l'ondata della moda è andata rapidamente aumentando in tutti i Paesi occidentali ad economia avanzata. Abbiamo poi verificato nella

nostra città e nei centri della provincia una forte voglia di innovazione da parte delle imprese commerciali, a volte risentite, ma più spesso in procinto di decollare. Vogliamo essere le ali di questo decollo e del volo successivo nel cielo del successo commerciale. Le ali sono le imprese che abbiamo, che dovranno soddisfare i bisogni di consumatori sempre più mutevoli ed aggiornati e sostenere così un incremento anche qualitativo dei consumi. I servizi innovativi a un certo punto hanno un ruolo non solo promozionale ma contribuiscono a realizzare nuove tipologie di imprese commerciali, studiando ed individuando nuovi spazi di mercato, nuovi segmenti di consumatori. Questa competenza su temi

nuovi ed aspetti della distribuzione ci sembra un impegno necessario; in questi anni abbiamo, arredamento, prodotti alimentari, beni industriali, consumi di ogni genere, ogni settore è stato violentemente scosso da improvvisi sbalzi e da cadute repentine che hanno spesso sconvolto il mercato, tutto questo è determinato dall'affermazione di nuovi stili di consumo (la prima ancora stili di vita) che hanno contribuito a modificare le antiche organizzazioni per sesso, età, reddito, professione, collocazione geografica. Questa trasformazione così rapida, ma che si è sviluppata in un certo senso omologando l'intera Italia, moltiplicando certo tipi o gruppi o nuovi nuovi segmenti ma unificando più che nel passato

il nostro Paese, è sotto gli occhi di tutti. Non ritroviamo forse gli stessi stili in una classe di liceo di Milano, Roma o Lecce, in una discoteca di Torino, Modena o Perugia, o in una banca di dove volete, non si somigliano più gli operai tra loro, né i contadini, né i dirigenti? A questa nuova società un contributo essenziale lo hanno dato i mezzi di comunicazione di massa, e così è uno spazio commerciale se non anche un mezzo di comunicazione al cliente individuato fatto di prodotti, luci, attrezzature, vetrine, non suggerisce idee e stimoli e suggestioni. Anche i negozi incidono sugli individui, a volte contengono una serie di simboli forti pari una rivista, un film, una trasmissione televisiva. E noi

progettiamo, abbiamo progettato questi negozi: abbiamo realizzato una ideazione completa di nuove imprese, con una ricerca di coerenza tra il prodotto e la comunicazione, cioè gli arredi, la promozione, in una parola con una ricerca accurata dell'immagine. Verifichiamo poi la fattibilità economica, e suggeriamo una organizzazione aziendale per le attività commerciali. In questi giorni è in fase di completamento un nostro progetto di due prototipi di punti vendita in una tipologia distributiva che abbiano contenuto critico nella nostra



6500 soci
tra Modena
e provincia

La Confesercenti è l'organizzazione maggiormente rappresentativa del settore commerciale e dei servizi nella provincia di Modena ed è puntando su un'idea semplice, le piccole e medie imprese hanno bisogno di innovazione e di strumenti per affrontare il mercato, che ha legittimato questa posizione di leadership ed ha percorso i tempi in un momento in cui l'evoluzione della rete commerciale e della stessa struttura dei consumi, si è fatta davvero serrata. Tradurre in pratica l'idea ha poi richiesto sforzi e risorse cospicue. L'esigenza di innovazione della impresa ha però consigliato di accelerare i tempi. Così, sulla base di un

Consulenza finanziaria

Mai come era i problemi di natura finanziaria sono influenti sull'andamento nazionale. Apriti a ristrutturare un'impresa commerciale turistica o di servizio, per la qualità di livello alto che generalmente è questo tipo di intervento comporta un investimento pesante, la gestione futura. Per questa ragione la valutazione preventiva della fattibilità dell'intervento è una necessità cui anche le piccole e medie imprese non possono derogare. Si tratta di un bisogno al quale risponde il servizio sviluppo Confesercenti con il suo ufficio di consulenza finanziaria. La consapevolezza dell'operazione da parte dell'imprenditore è l'obiettivo che l'ufficio si pone quando un azienda si rivolge ai suoi consulenti. È quello che si dice esaminare con le gambe che ha. È proprio su questa fase che si muovono le consulenze muovendosi secondo due diversi gradi di intervento. Il primo grado più completo è lo studio di fattibilità in questo caso viene preso in esame il tipo di operazione da realizzare (apertura di un nuovo punto di vendita, ristrutturazione o ampliamento ecc.) e l'analisi dell'investimento necessario gli obiettivi commerciali (grado d'affari presunto, costi relativi risorse umane ecc.) Questo esame è quindi seguito dalla rilevazione del capitale a disposizione e di conseguenza, viene quantificato il fabbisogno finanziario ed individuando nuovi spazi di mercato, nuovi segmenti di consumatori. Questa competenza su temi

condo modulo di intervento che valuta la convenienza della forma di finanziamento sulla base del costo che questo comporta (tassi passivi). Anche in questo caso l'analisi tiene conto degli aspetti fiscali che l'operazione coinvolge nonché delle eventuali agevolazioni ottenibili (es. contributo in conto interessi o in conto canoni ai sensi della legge 517). Anche questo secondo intervento si avvale del supporto informatico. Molto interessante è l'utilizzo dei due programmi che rappresentano la base tecnologica di una consulenza professionalmente qualificata. Una consulenza re- sa molto analitica e sicura della procedura che consente anche di simulare delle situazioni ipotetiche riuscendo a valutare in anticipo scenari futuri imprevisti: ad ottimismo o pessimismo o alle transazioni. Si tratta di programmi che la Confesercenti ha messo a punto e sperimentati. Diversi interventi sono stati compiuti sulla base dell'esperienza adattando i programmi stessi alle esigenze proprie delle imprese commerciali. Si tratta di software già da oggi a disposizione per altre organizzazioni territoriali Confesercenti che intendano utilizzarlo.

Contenuti del servizio Il servizio è erogato da Confesercenti e consiste nell'affiancare un'impresa nel processo d'introduzione di strumenti informatici per la propria gestione, e nello sviluppo che ne segue. Modalità d'erogazione Nella prima fase un consulente esegue una attenta analisi della impresa per poter individuare le soluzioni più adatte ai problemi. Fatto ciò si passa alla fase attuativa: - individuazione dell'hardware (generalmente si tratta di un personal computer con una buona capacità di memoria); - individuazione del software necessario per la propria gestione (sono già pronti una serie di programmi che rispondono alle richieste più classiche cont. ordinaria, cont. di magazzino ecc. e per esigenze individuali sono possibili personalizzazioni); - installazione in azienda

Servizio di informatizzazione alle imprese

formazione del personale adde- to all'utilizzo - assistenza tecnica continua sia per il hardware che per il software - assistenza per i possibili sviluppi. In ogni fase un consulente con formazione sia amministrativa che informatica affianca l'impresa. Vantaggi Il servizio è erogato da impresa di servizio del sistema Confesercenti collegata ad una organizzazione sindacale nazionale che consente un aggiornamento rapido e sicuro dei cambiamenti legislativi non si corre il rischio di avere programmi non adeguati. La stessa impresa fornisce servizi amministrativi e quindi in caso di necessità (impedimento interno) si può utilizzare questa opportunità. Poter usufruire di tutte le implementazioni che vengono attuate sul programma con una adeguata formazione. Poter usufruire di condizioni

vantaggiose per l'acquisto dell'hardware. Sviluppo 1988 La ricerca per lo sviluppo di questo servizio è volta a creare una procedura unica che possa essere utilizzata su tutti i tipi di computer dai grandi main frame utilizzati nelle grandi imprese o nei centri di



una struttura sindacale con vantaggi anche sul piano sindacale infatti la rete di informazioni raccolte consente di fare proposte più adeguate sulle diverse problematiche. Questo servizio inoltre non sarà rivolto solo alle imprese commerciali ma anche ad altre organizzazioni come la nostra che non hanno le dimensioni per poter avere un centro di elaborazione proprio. In questo caso Cescon può garantire un affiancamento continuo per: 1) individuare il problema; 2) studiare le soluzioni; 3) installare le macchine e le procedure; 4) formare il personale; 5) assistere nelle prime fasi di inizio; 6) assistere nelle fasi di installazione e/o clienti; 7) studiare eventuali personalizzazioni; 8) mantenere i programmi. Si tratta quindi di un trasferimento di esperienze già maturate da noi e che consentiranno uno sviluppo di organizzazioni meno forti e Cescon di continuare nella ricerca e che lo ha portato a questo stadio di sviluppo.