



CONFINDUSTRIA

Marche | Ancona | Ascoli Piceno | Fermo | Macerata | Pesaro Urbino

Rassegna stampa

Rassegna stampa UIF

Dal 17/06/2017 Al 19/06/2017

La Selezione Stampa che state consultando e' una estrapolazione delle informazioni presenti nel Servizio "Press Release" del Sistema Infodata (<http://www.sistemainfodata.it>).

Per ogni necessita' potete inviare una e-mail a: staff@sistemainfodata.it

Grazie per aver scelto Infodata.

Realizzato da

INFODATA
the content providing company

MARCHE

2017/06/17

- (Corriere Adriatico) Nasce la Banca di Ripatransone e del Fermano (pag.1)
(Corriere Adriatico) «La politica cambi passo e investa nell'olivicoltura» (pag.2)

ASCOLI PICENO

2017/06/17

- (Il Resto del Carlino) Camera di commercio, l'assemblea dà l'ok all'ente unico (pag.3)
(Il Resto del Carlino) Confindustria, la fusione entro luglio (pag.4)

FERMO

2017/06/17

- (Corriere Adriatico) Confindustria aiuta gli accessoristi (pag.5)
(Corriere Adriatico) MONTEGRANARO Bene mercato russo e PittiUomo Duebuone notizie per la scarpa (pag.6)

2017/06/18

- (Corriere Adriatico) MONTEGRANARO Conciliazione delle liti in materia di energia (pag.7)
(Il Resto del Carlino) MONTAPPONE Gemellaggio tra Ecuador e Distretto del cappello «Si aprono nuove frontiere commerciali» (pag.8)
(Il Resto del Carlino) Ripatransone e Fermano, unica banca (pag.9)

MARCHE

2017/06/19

- (Corriere Adriatico) Quando la cultura aziendale ostacola la digitalizzazione (pag.10)

Il nuovo istituto di credito sarà tecnicamente operativo dal primo luglio **Nasce la Banca di Ripatransone e del Fermano**

◆ RIPATRANSONE La Banca di Credito Cooperativo di Ripatransone si è unita alla Bcc del Fermano, per formare la Bcc di Ripatransone e del Fermano. Dinanzi al notaio Francesco Ciuccarelli, Michelino Michetti, presidente del Cda e rappresentante della Banca di Ripatransone, ha ufficialmente firmato, in

presenza del presidente della Bcc del Fermano Andrea Mosca, il documento che segna questo passaggio. Michetti ha ringraziato tutti coloro «che hanno permesso che questo percorso, importante per costituire un istituto bancario più forte e dinamico». La fusione sarà operativa dal prossimo 1 luglio.



«La politica cambi passo e investa nell'olivicoltura»

Pieralisi all'assessore Casini: «Il piano rurale è assurdo»

Più efficace della pubblica amministrazione per sostenere la produzione dell'olio, una delle prospettive più importanti del settore agroalimentare. È la conclusione del congresso dell'Aifo, la maggiore associazione dei frantoiani italiani, che si è data appuntamento a Jesi per fare il punto sull'olivicoltura nazionale. Una conclusione che vale ancor di più per le Marche.

L'appello

Lo ha detto forte e chiaro Genaro Pieralisi, presidente del gruppo Pieralisi, leader mondiale nella produzione di macchine olearie, all'assessore regionale all'Agricoltura Anna Casini: «La politica che deve cambiare passo». «Non è possibile - ha ag-

giunto Pieralisi - che il piano di sviluppo rurale, strumento fondamentale per sostenere gli investimenti degli agricoltori per realizzare nuovi oliveti, dei frantoiani e dell'industria che costruisce macchine olearie venga gestita in modo assurdo in Italia». A sostegno delle sue affermazioni, Pieralisi ha portato l'esempio del bando per l'acquisto di macchine olearie. «Ha scadenza a settembre - ha spiegato - quando si è ormai in prossimità della raccolta e non si fa in tempo ad installare l'impianto. Così si fa un grave danno sia al frantoiano che al produttore di macchine». Conclusione: «Servono più celerità, più tempismo, più efficacia». Sfida raccolta da Anna Casini che ha ricordato come le Marche siano tra le

regioni più virtuose con il 66% delle risorse del Psr già impegnate. E siano una delle regioni italiane che hanno una Igp per l'olio.

Al congresso, hanno partecipato tutti i protagonisti della filiera, ricercatori e parlamentari che hanno evidenziato la necessità di abbattere i costi di produzione, di aggregare, di contrastare frodi e lobby, di spingere affinché attorno all'extravergine vengano trovate differenziazioni normative che possano dare maggiore valore aggiunto a quelle tipologie di olio che hanno parametri organolettici maggiori rispetto ad altri.

Bianca Vichi



UNIONCAMERE

Camera di commercio, l'assemblea dà l'ok all'ente unico

ALL'ASSEMBLEA dei presidenti di Unioncamere è stata delineata la geografia delle nuove Camere di Commercio, con la conferma dell'ente unico per le Marche. Un ulteriore passaggio che spinge verso il processo di riordino, sofferto e pieno di polemiche, che ha avuto una svolta con la decisione di Ascoli di appoggiare la proposta unitaria della Regione, da cui poi sono scaturite anche tre aziende speciali (quella dedicata all'agroalimentare sarà nella provincia picena). «La proposta, messa a punto da Unioncamere e approvata dall'Assemblea, recepisce i suggerimenti giunti da tutte le Camere al termine di un lungo lavoro di ascolto e di analisi delle diverse realtà territoriali - ha detto il presidente di Unioncamere, Ivan Lo Bello -. La razionalizzazione salvaguarda la presenza capillare del sistema camerale in un'ottica di crescita dell'efficienza e dell'efficacia dell'azione delle Camere. Tutto ciò anche per adempiere al meglio ai nuovi compiti e alle nuove funzioni che la riforma ci affida».



Confindustria, la fusione entro luglio

L'ente che unirà Ascoli e Fermo potrebbe chiamarsi 'Marche Centro Adriatico'

LUGLIO SARÀ il mese buono per vedere le territoriali di Confindustria di Ascoli e Fermo unite sotto un solo nome. Una fusione che riguarderà anche le società di servizi e che sta procedendo secondo i programmi. Infatti, quella che si chiude oggi è stata una settimana proficua sotto questo punto di vista: a riunirsi per primo è stato il direttivo fermano, per dare l'ok al percorso di aggregazione. Ieri è stata la volta di quello ascolano e adesso il prossimo passaggio sarà quello in giunta: in entrambi i casi la volontà è di chiudere questo capitolo entro giugno, così che poi si possano riunire le assemblee che dovranno dare la benedizione finale. Un'ipotesi di data c'è già, ma prima di ufficializzarla si vogliono attendere i necessari passaggi: comunque, se tutto procederà senza intoppi, sia l'assemblea di Ascoli sia quella di Fermo si faranno entro luglio. Così nascerà la terza territoriale regionale, visto che Macerata è ancora alla finestra mentre Pesaro e Ancona hanno formalizzato la nascita di 'Marche Nord' in questi giorni. E proprio sul nome, Ascoli e Fermo stanno pensando a qualcosa di più originale

rispetto al 'Marche Sud' con cui sono state da subito bollate: la nuova territoriale potrebbe chiamarsi 'Marche Centro Adriatico', ma anche qui siamo ancora nel campo delle ipotesi e delle indiscrezioni.

SI STA PORTANDO a compimento un processo faticoso, fatto di strappi e ribaltoni, visto che l'unione di Ascoli e Fermo metterà un secondo tassello sulla vicenda, in attesa di capire se Macerata deciderà di proseguire da sola, se guarderà verso nord oppure verso sud. Un processo che ha comunque lasciato degli strascichi e che promette di non concludersi qui, come dimostrano le parole di Claudio Schiavoni, presidente di Confindustria Ancona e neo-presidente dell'aggregazione 'Marche Nord' nel giorno della presentazione di questa prima fusione a livello regionale (che rappresenta 900 aziende, 50 mila addetti, per un 60% dell'industria marchigiana): «Si è trattato di un percorso a ostacoli: eravamo partiti con l'intento di fare un'unica associazione regionale, il percorso sembrava al traguardo ma poi si è allonta-

nato. Noi non abbandoniamo il progetto originario, proviamo a ricucire e a rimetterlo insieme».

COME A DIRE che questi passaggi che si stanno facendo tra le varie territoriali non precludono la possibilità, un giorno, di unirsi tutti sotto un'unica bandiera. Un po' come è successo per le Camere di Commercio (vedi box a lato), anche se in quel caso al tavolo c'era anche la Regione: di fatto, però, dopo una partenza che sembra orientata a una frammentazione degli enti camerale, in conclusione si è arrivati alla scelta dell'ente unico, seppur a maggioranza. Sul fronte di Confindustria le cose sembrano comunque diverse, visto che ognuno sta continuando a correre per la sua strada ed entro l'estate nascerà un secondo polo confindustriale, per il quale è ancora in fase di definizione l'assegnazione delle cariche. Senza dimenticare l'unione delle aziende di servizi, che Fermo e Ascoli hanno fortemente voluto inserire nel progetto di aggregazione.

Daniele Luzi

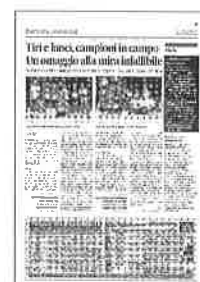


IL PRESIDENTE Simone Mariani sta lavorando con il suo collega fermano, Giampietro Melchiorri, per definire il processo



Confindustria aiuta gli accessoristi

FERMO Prima importante iniziativa della neo presidente della sezione Accessoristi di Confindustria Fermo. Sara Santori ha firmato un accordo con Unac-Lineapelle per agevolare le imprese associate alla territoriale di Fermo, riattivando una convenzione che negli ultimi anni si era interrotta. «In vista della prossima fiera di Milano chi è iscritto a Confindustria Fermo - spiega la presidente Santori - non pagherà la quota di iscrizione. Questo è un primo importante incentivo per le imprese che stanno affrontando a testa alta e con determinazione il mercato». Confindustria conferma così la centralità della fiera come momento di business per le proprie imprese.



Bene mercato russo e Pitti Uomo Due buone notizie per la scarpa

A Firenze, secondo i dati certificati, dopo due giorni le presenze sono in linea con l'edizione di un anno fa

MONTEGRANARO La ripresa della Russia e l'entusiasmo di Pitti Uomo: due buone notizie in pochi giorni che alleviano la sofferenza della calzatura fermiana e fanno sperare per il futuro. Si è chiusa ieri alla Fortezza da Basso di Firenze l'edizione numero 92 di Pitti Uomo. Secondo i dati rilevati dopo due giorni (metà fiera), le presenze sono in linea con l'edizione di un anno fa. Per gli stranieri buona affluenza da Russia, Nord Europa, Usa e Corea su tutti mentre in leggera flessione gli italiani.

Un mercato difficile

«Il mercato della scarpa da uomo è piuttosto difficile: senza un brand conosciuto è difficile penetrare nuove aree geografiche» dice Enrico Panicià della Giano di Torre San Patrizio che gestisce le licenze di La Martina e Harmont & Blaine ed è in società nella Woolrich Footwear. «La ripresa della Russia non è ancora così forte e il Medio Oriente, viste le tensioni geopolitiche internazionali, è

in frenata. Il mercato Usa è piuttosto chiuso e per penetrarlo occorre una struttura commerciale e distributiva solida ed un prodotto ad hoc. La Cina ancora stenta ad esprimere il suo potenziale con Giappone e Corea che vanno bene ma sviluppano ancora volumi limitati. Il porto sicuro è l'Europa, con la Germania in prima linea, ma con l'Italia che rappresenta sempre un'area di riferimento, soprattutto se si riescono a schivare le insolvenze» è la panoramica offerta dall'imprenditore torrese.

«Un buon prodotto al giusto prezzo e investimenti nel marketing sono necessari in questo mercato in cui la parola d'ordine è omnicanalità, tra negozio fisico e on line. Così come è fondamentale offrire un servizio al cliente e ogni supporto perché a noi produttori ci interessa che l'acquirente riesca a vendere le nostre scarpe e ci guadagni».

Il Dna del brand

Il mercato della scarpa da uo-

mo è soprattutto sneaker. «E' la scarpa oggi, dai marchi del lusso a quelli sportivi, tutti la declinano in base al Dna del brand. Bisogna poi capire quanti brand sono destinati ad essere dei fenomeni passeggeri e quanti no».

Secondo Arturo Venanzi, del calzaturificio Franceschetti di Montegranaro: «Lo scopo della presenza al Pitti è quello di riuscire a catturare qualche cliente per poi dirottarlo nello showroom o comunque avviare con esso una relazione commerciale. Si viene per la presenza e per l'immagine ed è sicuramente positivo che ci sia interesse. Difficilissimo catturare un ordine anche perché i modelli esposti sono pochissimi rispetto a quelli che compongono la collezione completa. L'andamento del Pitti? Nei primi due giorni l'affluenza c'è stata, giovedì un po' meno e ieri era la giornata di chiusura».

Massimiliano Viti



Conciliazione delle liti in materia di energia

La Camera di commercio
insieme a Macerata

IL SERVIZIO

MONTEGRANARO La Camera di commercio di Fermo, in funzione associata con la Camera di Macerata, offre il servizio di conciliazione per le controversie in materia di energia elettrica e gas, attraverso procedure giuridicamente equipollenti a quelle dinanzi all'Autorità per l'Energia Elettrica Gas e Sistema Idrico.

Attraverso mediatori appositamente formati, il servizio

di conciliazione/mediazione della Camere di commercio si è dotato quindi di un ulteriore strumento per rispondere con maggiore efficacia alle esigenze ed alle aspettative dei consumatori/utenti, soprattutto se si considera che il tentativo di conciliazione in tali controversie è obbligatorio e costituisce condizione di procedibilità per l'instaurazione dell'eventuale conseguente giudizio civile dinanzi al competente Giudice Ordinario.

Tale servizio è quindi fina-

lizzato ad una sempre maggior diffusione della conciliazione quale valido strumento di Alternative Dispute Resolution, volto a deflazionare il numero delle cause giudiziarie al fine di una rapida risoluzione delle controversie in tempi certi, con costi contenuti, onde poter dare certezza dei diritti a stretto giro, ad inequivocabile vantaggio dell'intera economia locale. Per maggiori informazioni è possibile consultare il sito www.fm.camcom.gov.it



MONTAPPONE DELEGAZIONE IN VISITA NELLA CITTÀ DI CUENCA
Gemellaggio tra Ecuador e Distretto del cappello
«Si aprono nuove frontiere commerciali»

- MONTAPPONE -

UNA DELEGAZIONE di imprenditori del Distretto del cappello del Fermano in visita in Ecuador per avviare i rapporti di gemellaggio con la città di Cuenca. La visita si inserisce in un progetto a cui si sta lavorando da circa due anni grazie all'opera dell'imprenditore Attilio Sorbatti a cui si devono i primi contatti con l'intento di legare la città di Cuenca, famosa per la produzione di cappelli Panama, e il Distretto del cappello. Paolo Marzialetti, presidente nazionale del settore cappello della Federazione Tessili Vari, e Claudio Tirabasso, in rappresentanza del Consorzio Cappeldoc Marche, hanno incontrato il direttore generale dell'ufficio commerciale dell'Ecuador in Italia Fernando Moreno e hanno presentato il progetto di gemellaggio a Pablo Campana, ministro del commercio estero. La visita è poi proseguita nella sede della lo-

cale Camera di commercio, dove la delegazione ha incontrato la direttrice Tania Suquinagua e la presidente Patricia Velez Garate e altre autorità per definire i dettagli della convenzione che di fatto aprirà il rapporto di gemellaggio commerciale.

Il documento, al rientro in Italia, è stato consegnato all'assessore regionale alle attività produttive Manuela Bora, al fine di arrivare alla firma congiunta con il sindaco di Cuenca, Hugo Marcelo Cabrera Palacios, programmata tra dicembre di quest'anno e aprile del 2018. La delegazione, a margine della visita in sud America, ha incontrato l'ambasciatore italiano in Ecuador Marco Tornetta, al quale è stato illustrato il progetto di gemellaggio della Regione Marche con la Municipalità di Cuenca. La convenzione che aprirà nuove frontiere e scambi commerciali legati alla produzione di cappelli.

Alessio Carassai



SISTEMA CREDITIZIO FIRMATO L'ACCORDO TRA I DUE ISTITUTI

Ripatransone e Fermano, unica banca

Il presidente Michetti: «Saremo più forti e vicini ai nostri territori»

È NATA la Banca di Ripatransone e del Fermano: il 14 giugno 2017 rimarrà una data da ricordare per la storia del credito cooperativo marchigiano. La Bcc di Ripatransone, nata nel gennaio del 1905, si è ufficialmente unita alla Bcc del Fermano, per formare la Bcc di Ripatransone e del Fermano. Dinanzi al notaio Francesco Ciuccarelli, nella sala del consiglio dello storico palazzo ripano sede della nuova banca, Michelino Michetti, in qualità di presidente del Cda e rappresentante della «Banca di Ripatransone e del Fermano Credito Cooperativo Socie-

tà Cooperativa», ha ufficialmente firmato, in presenza del presidente della Bcc del Fermano, Andrea Mosca, il documento che segna questo passaggio epocale nella storia dei due istituti. «Voglio ringraziare – ha dichiarato Michetti – tutti coloro i quali hanno permesso che questo percorso, importante per costituire un istituto bancario più forte, dinamico, aderente alle esigenze dei nostri territori, si esaurisse in meno di un anno». «La Banca del Fermano – ha aggiunto Mosca – in quasi dieci anni ha avuto il merito di far crescere gli impieghi quando altri imponevano dei tagli, di mante-

nere gli affidamenti quando sarebbe stato più logico non farlo. Siamo fieri di quanto ottenuto dalla Bcc del Fermano, da luglio avremo modo, all'interno della Bcc di Ripatransone e del Fermano, di operare ancora meglio».

L'attività della Banca di Ripatransone e del Fermano inizierà da luglio con l'obiettivo di contribuire allo sviluppo economico, ma anche sociale del proprio territorio di riferimento considerando il tratto mutualistico che caratterizza da sempre le banche di credito cooperativo.

Vittorio Bellagamba



Quando la cultura aziendale ostacola la digitalizzazione

La cultura aziendale è uno dei maggiori ostacoli nel processo verso la digitalizzazione. È quanto emerge dal report "The digital culture challenge: closing the employee-leadership gap" realizzato da Capgemini, leader mondiale nel settore della consulenza, della tecnologia e dei servizi di outsourcing, e Brian Solis, analista digitale e autore conosciuto in tutto il mondo. La ricerca afferma che il 62% dei partecipanti percepisce la cultura aziendale come uno dei maggiori ostacoli nel processo verso la digitalizzazione. Ne risulta che le aziende rischiano di rimanere indietro nella competizione che caratterizza il contesto digitale odierno. Inoltre, i dati mostrano che questa sfida per le aziende è peggiorata del 7% dal 2011, anno in cui Capgemini per la prima volta iniziò ad analizzare questo settore. Il report, che ha coinvolto più di 1.700 intervistati provenienti da 340 aziende di otto paesi, svela un significativo divario di percezione tra senior leadership e dipendenti in merito all'esistenza di una cultura digitale all'interno delle aziende. Mentre il 40% dei senior executive ritiene che le proprie aziende abbiano una cultura digitale, solo il 27% dei dipendenti intervistati concorda con questa affermazione. Agli intervistati è stato chiesto di valutare la cultura digitale della propria azienda sulla base di sette caratteristiche: pratiche di collaborazione, innovazione, cultura aperta, mentalità orientata al digitale, agilità e flessibilità, centralità del cliente e cultura basata sui dati. I risultati emersi dal report e da una serie di interviste mirate hanno contribuito a identificare alcune delle ragioni che si celano dietro a

questo divario di cultura digitale, compresa l'incapacità dei senior leader nel trasmettere una chiara visione digital ai propri dipendenti, l'assenza di modelli digitali e la mancanza di 'Key Performance Indicators' (Kpi) allineati agli obiettivi di trasformazione digitale. Secondo Andrea Falleni, amministratore delegato di Capgemini Italia e Eastern Europe, «le tecnologie digitali sono in grado di apportare un rilevante valore aggiunto, ma per poterne usufruire le aziende dovranno aver diffuso e consolidato la giusta cultura digitale sostenibile». «Inoltre, è necessario coinvolgere, delegare e ispirare tutti i dipendenti - sostiene - per consentire il cambiamento culturale insieme a loro: lavorare sul divario tra leadership e dipendenti rappresenta un fattore chiave per la crescita. I business che riusciranno a fare della cultura digitale un pilastro fondamentale della propria strategia saranno in grado di migliorare il rapporto con i clienti, attrarre i migliori talenti e prepararsi così al successo nel mondo digitale di oggi». I principali risultati del report mostrano la profonda scollatura tra leadership e dipendenti su tutte le dimensioni della cultura digitale: l'innovazione non è ancora realtà per molte aziende. Solo il 7% delle aziende intervistate è convinto di poter riuscire a testare nuove idee e implementarle velocemente. Questo dato riflette il "sentiment" dei dipendenti in merito alla cultura dell'innovazione, con solo il 37% degli intervistati, contro il 75% dei senior executive, che afferma che le proprie aziende possiedono una cultura orientata a innovazione, sperimentazione e assunzione del rischio. Le aziende devono premiare



attivamente l'assunzione del rischio e creare un ambiente in cui i dipendenti siano liberi di sperimentare. C'è disaccordo riguardo le pratiche di collaborazione. I risultati, infatti, rivelano un divario nella collaborazione tra executive senior e dipendenti. L'85% dei top executive è convinto che le proprie aziende siano in grado di promuovere la collaborazione interna, mentre solo il 41% dei dipendenti concorda con questa affermazione. I leader ritengono di possedere una visione digitale, mentre i dipendenti dissentono. La ricerca ha rivelato considerevoli differenze tra ciò che leader e dipendenti intendono come una

chiara visione digitale. Il 62% degli intervistati che ricoprono posizioni di leadership ha dichiarato di avere una strategia molto ben definita e finalizzata al raggiungimento dei propri obiettivi digitali, mentre solo il 37% dei dipendenti concorda con questa affermazione. Il report evidenzia che le aziende non sono in grado di coinvolgere i dipendenti nel processo verso il cambiamento culturale. Avere dipendenti motivati è fondamentale per costruire una cultura digitale efficace e accelerare la trasformazione culturale dell'azienda.

Franco Limido