

*work in progress*

# WWIP



TRIMESTRALE DI INFORMAZIONE  
IMPRENDITORIALE DEL  
CONSORZIO LE BOCCHETTE

## Strategie di uscita dalla crisi

Corporate Social Responsibility

Rendiconto finanziario e flussi di cassa

**postatarget**  
creative

C1/3470/2008

Posteitaliane

numero 5  
luglio/agosto/settembre 2011

Sede e Direzione Generale in Pietrasanta  
[www.bccversilia.it](http://www.bccversilia.it) - [info@bccversilia.it](mailto:info@bccversilia.it)

## IL NUOVO RELAX BANKING

*La tua Banca non è mai stata così comoda*

La Banca Versilia Lunigiana e Garfagnana rende disponibile alla propria clientela il nuovo servizio di Internet Banking.

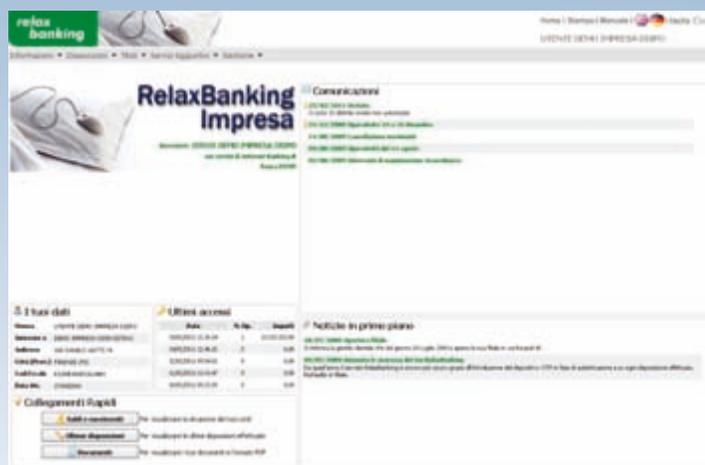
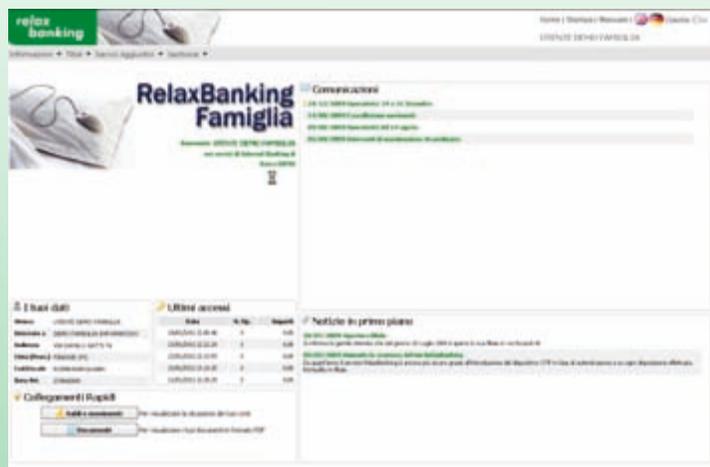
Il Nuovo Relax Banking offre una completa rivisitazione del servizio che permette:

- maggiore fruibilità e immediatezza nell'utilizzo;
- più elevati standard in materia di sicurezza;
- una nuova veste grafica più accattivante.

Il nuovo Relax si pone da base su cui integrare nuovi prodotti nell'ottica di un continuo miglioramento dei servizi telematici che la Banca sta sviluppando per la propria clientela.

Dopo l'introduzione del dispositivo OTP (One Time Password) per i Relax Banking Dispositivi, non poche sono le novità che coinvolgono gli utenti del nostro Internet Banking.

Ecco di seguito alcune indicazioni sulle nuove modalità di utilizzo del servizio.



## Cambia la logica del prodotto in riferimento agli utilizzatori del servizio all'interno di un'impresa

L'utenza non è più assegnata all'impresa, ma alla singola persona fisica che risulterà autorizzata ad operare e alla quale verrà assegnato il dispositivo OTP.

In questo modo sarà garantita una maggiore sicurezza nelle transazioni che saranno certe ed identificabili.

## Invio disposizioni tramite Relax Banking

All'interno della procedura bonifici è stato introdotto il tasto "ESEGUI" che consente di inoltrare immediatamente la disposizione. Naturalmente una volta eseguita l'operazione, previa costituzione dei fondi, si avrà subito il numero di CRO che attesta la presa in carico dell'operazione da parte della Banca.

## Nuova funzionalità F24

Anche l'operatività relativa al pagamento degli F24 risulta essere migliorata. La nuova schermata è un fac-simile del modello cartaceo e può essere inoltrata una volta compilati tutti i campi.

Sarà in ogni caso possibile apprendere l'operatività del Nuovo Relax Banking collegandosi al sito <http://relaxbanking.bccsoar.it/> osservando i video esplicativi delle diverse procedure.

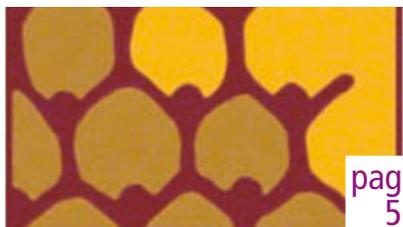
Il nuovo Relax risulta essere quindi un servizio più semplice, veloce e affidabile, per permettere al cliente di essere sempre "il primo della fila"!

# sommario

## Parole chiave del Consorzio

Editoriale pag 4

---



pag 5

## Strategie di uscita dalla crisi

Premio L'Alveare 2011

---

## Corporate Social Responsibility

Rubrica sostenibile pag 6

---



pag 7

## Bocchette Expo 2011

9, 10, 11 Settembre

---



pag 8

## Intervista

Infall

---

## Rendiconto finanziario

Rubrica finanziaria pag 12

---

In vetrina pag 14

---



pag 16

## Intervista

Versilfungo

---



pag 18

## Il grande valore delle PMI

Rubrica economica

---

work in progress  
**WIP**

WIP WORK IN PROGRESS

Trimestrale di informazione imprenditoriale

del Consorzio Le Bocchette

NUMERO 5

luglio/agosto/settembre 2011

Editore: Consorzio Le Bocchette

Direttore Responsabile: Gabriele Ghirlanda

Coordinamento Redazione: Chiara Serreli

Caporedattore: Cinzia Donati

Progetto grafico: valeria.cumini@gmail.com

Foto: Cinzia Donati, Fotomania

Stampa: Tipografia Pezzini

Autorizzazione Tribunale di Lucca

n° 896 del 01/06/09

Redazione: Capezzano Pianore (Lu)

Via dei Carpentieri - Tel: 0584 945437

[www.consorziobocchette.com](http://www.consorziobocchette.com)

[info@consorziobocchette.com](mailto:info@consorziobocchette.com)



**Sergio Cerri**, classe 1963, nato a Viareggio, sposato con Giusy ed ha due figli: Gabriele e Daniele. Dal 1986 è titolare, insieme al socio Francesco Gianneschi, della Elettroimpainti GF, azienda che da 25 anni, lavora nel settore elettrico, idraulico con competenze specifiche anche nel settore domotico. Da tre mesi ricopre il ruolo di Presidente del Consorzio per il triennio 2011-2014.

# PAROLE CHIAVE DEL CONSORZIO: CONDIVISIONE, PARTECIPAZIONE, CREATIVITÀ

Con immenso piacere, inserisco il mio primissimo saluto, nelle vesti di Presidente del consorzio Le Bocchette, a tutti gli associati ed i lettori di questa rivista.

Voglio iniziare il mio primo numero, comunicando tre parole che esprimono in maniera esauriente la mia attuale idea di Consorzio: Condivisione, Partecipazione, Creatività.

Tre semplici parole ma con un grande significato. Un significato che, a mio avviso, sposa la logica di sistema, di un'area industriale, come quella a cui appartengono le 150 aziende insediate nell'area delle Bocchette.

Per condivisione o meglio per "condivisione sociale" intendo la partecipa-

zione che si deve trasformare in un "far prendere parte" e quindi, in un dare e ricevere.

Attività indispensabile, per offrire servizi di qualità e al contempo, ricevere appunto, una partecipazione ed una condivisione alle molteplici attività consortili, da parte delle imprese appartenenti all'area.

Condivisione delle idee, dei problemi e della relativa risoluzione, delle progettualità, delle buone pratiche, volte alla creazione di un Sistema Consorzio, che sia realmente sentito e partecipato da tutte le imprese, con un'unica grande capacità: quella di mettersi in gioco, di far emergere le

eccellenze e di creare nuove partnership.

Un'area, che simbolicamente si rappresenta con un marchio, quello dell'Alveare.

Proprio la simbologia del Premio, r a p p r e -

sentita all'ennesima potenza quanto il nuovo consiglio d'amministrazione intende trasmettere a tutte le imprese. L'alveare, come archetipo e simbolo dell'organizzazione sociale di un grande gruppo, in grado di differenziarsi e dare vita, un po' come fanno le api, ad una organizzazione funzionante, in cui tutti i membri si adoperano per un fine comune, altamente condiviso e partecipato.

Questa è la logica di un'area industriale, come quella in cui siamo insediati e che, sempre più, potrebbe trasformarsi in un'area migliorata, sotto tutti i punti di vista, con un rilevante valore economico, sociale ed ambientale.

Mi riferisco, in questo caso a tutta la progettualità APEA, area produttiva ecologicamente attrezzata, che con il nuovo anno, trasformerà la nostra area. Ma avremo modo di approfondire nel prossimo numero, in maniera completa ed esaustiva tutta la progettualità futura.

Un grazie a tutti coloro che hanno avuto la costanza di leggere questo breve messaggio, con la speranza che possa essere condiviso da un buon numero di imprenditori.



# UNA SFIDA CHE GUARDA AL FUTURO: STRATEGIE DI USCITA DALLA CRISI

A cura di Chiara Serreli

**L'edizione 2011 del premio l'Alveare propone, senza ombra di dubbio, un tema coraggioso e particolarmente ambizioso, a sostegno di tutte quelle realtà artigianali, commerciali ed industriali, in corso di combattimento con la crisi.**



Tutte le realtà Versiliesi con nuove idee, con in atto percorsi di innovazione sia nei processi produttivi che nello sviluppo di nuovi prodotti e con nuove opportunità di business, hanno infatti le carte in regola per partecipare all'edizione 2011 del premio.

Un premio che intende promuovere e rappresentare tutte quelle imprese che stanno tentando di reagire al difficile momento economico, portandosi a casa buone crescite sia a livello di fatturato che di utili. Imprese, paragonabili a scattanti gazzelle, che stanno correndo verso la lenta, o meglio lentissima, ripresa economica.

Sappiamo infatti che il calo della domanda a livello mondiale, provocato dalla crisi economica internazionale, ha spinto molte imprese a rivedere in maniera profonda le proprie strategie di prodotto e di mercato. Questo ha comportato spesso anche una sostanziale revisione dei modelli organizzativi e delle modalità di operare sui mercati, oltre che l'introduzione di innovazioni di prodotto e di processo. In molti casi, la possibilità di mantenere posizioni competitive valide è passata anche attraverso la costituzione di forme di aggregazione e

collaborazione fra imprese (come ad esempio la costituzione di Reti). Ecco che il Premio valuterà alcuni elementi di base, indispensabili per apprendere la capacità imprenditoriale di rispondere alla crisi. Ad esempio la capacità di cavalcare i mercati emergenti, che sono quelli che in questo momento stanno crescendo di più; il coraggio di approfittare della crisi per "fare le pulizie straordinarie", cioè tagliare quelle inefficienze sedimentate nel tempo; una struttura finanziaria, con un livello di indebitamento non eccessivo e l'innovazione, non solo a livello di prodotti ma anche a livello di processi e tecnologie.

**La nuova edizione del Premio l'Alveare, ricordiamolo, giunto quest'anno alla sua settima edizione, si rivolge a tutte quelle realtà la cui sede sia all'interno del territorio della Versilia, indipendentemente dalla ragione sociale e dal settore in cui operano, che in questo particolare momento economico, hanno messo in atto strategie in grado di mantenere e/ o recuperare un vantaggio competitivo rispetto ai concorrenti, limitando e in alcuni casi anche superando gli effetti negativi derivanti dalla crisi economica in-**

**ternazionale.**

Saranno dunque in posizione di vantaggio quelle imprese che hanno saputo trovare nelle difficoltà, opportunità di rilancio e di sviluppo.

Citiamo volentieri una frase di un grande fisico, Albert Einstein, che ricordava come "nel pieno delle difficoltà giacciono le opportunità".

Vogliamo chiudere la pagina dedicata al Premio l'Alveare con una riflessione, alla quale, teniamo e prestiamo attenzione quotidianamente: ora più che mai, le Pmi devono imparare a essere coese. Per uscire dalla crisi, le imprese, devono associarsi, dialogare tra loro, **fare gioco di squadra**, insomma, restare unite e **realizzare un fitta rete**. Se l'impresa rimane sola, diviene più vulnerabile e diverrà facilmente aggredibile dalla crisi economica. Dobbiamo lavorare affinché si diffonda sempre più la concezione, che la sinergia sviluppata da un legame di imprese omogenee, potenzialmente la somma dei benefici ottenuti autonomamente da ogni singola impresa.



**Cristiana Dell'Arsina** (Lucca, 15 aprile 1963) è Dottore Commercialista e Revisore Contabile; esperta di contabilità ambientale accreditata nella rete comunitaria C.L.E.A.R.; membro del gruppo di lavoro della contabilità ambientale dell'Associazione Agenda 21; Membro della Rete Nazionale dei Sociologi dell'ambiente. Nell'ambito della sua esperienza professionale individua il suo punto di forza nella capacità di interpretare le molteplici esigenze delle imprese e sostenerle nella gestione delle scelte che ogni giorno sono portate a compiere; ha quindi orientato l'esperienza professionale su più fronti, in modo da garantirsi non solo competenze riferibili alla sfera tradizionale della professione ma anche a quella innovativa, legata all'ambiente ed alla comunicazione.

# CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

**Il bilancio sociale: "Non si rifiuta né la ricchezza né l'idea stessa che essa crei benessere"**

E' già il secondo anno che il World Economic Forum dedica ampio spazio alla discussione su come rinnovare, dopo il 2008, il nostro modello economico e di come la CSR possa sostenere questo cambiamento. Di cosa stiamo parlando? La Corporate Social Responsibility o CSR, è definita come *"l'integrazione volontaria delle preoccupazioni di carattere sociale e ambientale nelle attività delle imprese e nel loro relazionarsi con le diverse classi di portatori d'interesse"*.

Come risulta da alcuni studi condotti a livello internazionale, le parole chiave che ha lasciato in eredità la crisi pare siano quattro: costi, fiducia, nuovi stili di vita e sostenibilità. Se applichiamo questa analisi al territorio delle Bocchette, si comprende come il Consorzio abbia già avviato dal 2009 una profonda riflessione su questi temi. Temi che in più occasioni sono emersi anche su questa rivista, sentiti e sollecitati dalle aziende (e da rappresentanti d'organismi pubblici) e di come il Consorzio abbia deciso di conseguenza, di rispondere proponendosi quale "facilitatore" della diffusione e della messa a sistema delle tematiche relative alla CSR presso le aziende sul territorio.

L'occasione è stata colta partecipando ad un bando della Regione Toscana sulla CSR; il lavoro ha portato alla costruzione, somministrazione

ed elaborazione di un questionario esplorativo, frutto dell'azione del Consorzio con un campione di Aziende associate, che rappresentano, per quanto possibile, la diversità espressa nella realtà territoriale del Consorzio.

Le tematiche individuate e proposte, quali veri punti di attenzione per le aziende secondo il CSR, sono state divise in sei argomenti conduttori: la Politica della gestione del personale, le Politiche ambientali, le Politiche di mercato, le Politiche per la comunità locale, la Trasparenza e la Rendicontazione. Per ognuna di queste tematiche sono state poste delle domande, mai a valenza specificatamente tecnica, in modo che mettessero in luce un approccio anche solo spontaneo. Il questionario, che non voleva e non poteva arrivare a considerazioni statistiche propriamente dette, ha comunque esplorato non solo le diverse realtà aziendali, ma anche le caratteristiche comuni sulle quali elaborare e proporre un possibile modello di CSR territoriale; il

prossimo passo sarà infatti la redazione delle prime buone pratiche concrete e realizzabili per le aziende del consorzio.

L'importanza di questo progetto sta sia nel fornire un primo materiale informativo alle aziende ma ancor di più nell'aver confermato l'ipotesi, definita solo in teoria all'inizio dello studio, di posizionamento del Consorzio come soggetto al quale le aziende possono rivolgersi: essere quindi coordinatore, facilitatore, ispiratore anche sulle buone pratiche di CSR.



# BOCCHETTE

# EXPO

# 2011

9•10•11 SETTEMBRE



- **Vasta area espositiva**  
Oltre 20.000 mq di superficie



- **10.000 visitatori**  
nei tre giorni di manifestazione



- **Convegni, seminari, workshop e mostre**  
in locali attrezzati e sala convegni



- **Spettacoli, animazione e concerti live**



- **Spazio bambini**  
esibizioni sportive  
escursioni  
in elicottero



**CONSORZIO LE BOCCHETTE**

via dei Carpentieri - Capezzano Pianore (LU)  
tel. 0584.945437 - fax 0584.433075  
www.bocchettexpo.it

## 9 10 11 SETTEMBRE: ARRIVA BOCCHETTE EXPO...

A cura di Chiara Serrelli

**novità di quest'anno; lo spazio dedicato alla bioedilizia**

Tante le novità in arrivo per la 9° edizione di Bocchette Expo, che prenderà vita agli inizi di settembre. Un appuntamento annuale e ci auguriamo ormai irrinunciabile, per molti espositori e per tanti visitatori della nostra Provincia e non.

I settori in esposizione rimangono quelli tradizionali: artigianato e manifatturiero faranno da padroni, con un'attenzione particolare, come avviene ormai da un paio di anni, alle energie rinnovabili, al risparmio energetico e all'edilizia sostenibile.

Proprio questo particolare settore vedrà la costruzione di un apposito padiglione che racchiuderà le migliori soluzioni per il settore civile ed indu-

striale. Un unico percorso all'interno del quale il visitatore potrà conoscere e valutare le soluzioni innovative ed i prodotti per progettare, costruire e ristrutturare l'abitazione, nell'ottica del rispetto per l'ambiente, del risparmio economico e della massima autonomia da fonti energetiche tradizionali. Uno spazio che offrirà informazioni dettagliate su la sostenibilità delle nuove costruzioni, le ristrutturazioni, l'autocostruzione e la sicurezza dei cantieri. Uno spazio aperto a tutti ed in particolare a coloro che operano nel settore dell'edilizia e della progettazione, con la possibilità di assistere a seminari specifici, inerenti i temi principali legati alla sostenibilità ambientale. All'interno del nuovo padiglione

espositivo, posizionato in prossimità dell'ingresso del percorso espositivo, saranno realizzati anche seminari informativi gratuiti e tutta una serie di dimostrazioni, atte ad offrire un aggiornamento di alto profilo tecnico sui temi più caldi della sostenibilità ambientale.

Finalmente uno spazio ideale in Versilia, in cui poter presentare i propri prodotti e dedicarsi ad eventuali trattative commerciali.

Per chi volesse approfondire ed avere maggiori informazioni sul programma può visitare il sito [www.bocchettexpo.it](http://www.bocchettexpo.it) o contattare la segreteria organizzativa allo 0584 945437.

Expo 2011

7 | **WIP**  
work in progress



# INFALL:

OLTRE 50 ANNI DI ESPERIENZA E UNA SCELTA DI QUALITÀ

A cura di Cinzia Donati

Infall, attiva sin dal 1961, è una delle prime aziende ad essersi insediata all'interno dell'area artigianale - industriale de le Bocchette. Nel corso degli anni, si è specializzata nella realizzazione di serramenti su misura in alluminio e pvc, per ogni tipologia di cliente: dal privato, al pubblico, alla piccola e grande industria.

Oggi, capitanata dall'imprenditore Guido Puccinelli, risponde efficacemente e costantemente ai molteplici standard qualitativi, secondo le più recenti normative, sia in termini di sicurezza che di risparmio energetico, fornendo ai clienti prodotti all'avanguardia oltre che di alta qualità. L'azienda, leader in Versilia per il proprio settore, mette a disposizione uno staff qualificato e specializzato, ed è in grado di proporre qualunque tipo di serramento le venga richiesto. Personalizzazione, qualità e serietà rappresentano, senza ombra di dubbio, i valori chiave di questa impresa.

Oltre 50 anni di lavoro rappresentano la più grande garanzia per quanti vogliono inserire nel proprio edificio elementi strutturali affidabili, belli, duraturi. Dalla piccola abitazione privata, al più grande capannone industriale, l'azienda è in grado di proporre qualunque tipo di serramento che le venga richiesto.

**In una frase, di cosa si occupa Infall?**

Produzione di serramenti in alluminio e pvc. Si occupa anche di lavorazio-

ni industriali nei settori del camper, illuminazione, arredamento.

**Qualche esempio?**

Si parla di verande, finestre, zanza-

riere, persiane, avvolgibili, porte di sicurezza, porte interne, porte esterne, cancelletti di sicurezza...

**Mi può fare un esempio di lavora-**

### **zione nel settore camper?**

Ad esempio, per la Laika, azienda leader nel settore caravan, produciamo alcuni particolari che vengono montati all'interno dei camper.

### **Non producite vetri?**

No, quelli li prendiamo da altre aziende fornitrici. Però diamo il prodotto finito, già completo di eventuale vetro.

### **La sede è a Capezzano Pianore nella zona industriale Le Bocchette?**

Sì. Abbiamo anche uno showroom con gli uffici di rappresentanza a Vecchiano, da dove gestiamo le zone di Pisa e Livorno.

### **Quali zone coprite con i vostri servizi?**

Lucca, Massa Carrara, Pistoia, Pisa, Livorno, La Spezia. Diciamo tutta la costa toscana.

### **I vostri clienti sono privati o aziende?**

Per quanto riguarda i serramenti, lavoriamo con i privati. Le lavorazioni in alluminio e quelle per l'illuminazione sono invece destinate al campo industriale.

### **Quante persone lavorano nell'azienda?**

Nella sede di Capezzano Pianore lavorano 25 persone.

### **Che lavori svolgono queste persone?**

Alcuni sono impiegati nel settore tecnico-amministrativo. Questo settore si occupa di ricevere le misure e trasformarle in ordine di materiale. Ciò avviene quasi tutto on-line. Nel nostro ciclo di produzione, al limite, si potrebbe anche non usare mai la carta. Siamo collegati tutti via computer! Poi altre persone sono impiegate nel settore della produzione, che va dal taglio del materiale al prodotto finale, passando dalla lavorazione, avanti fino all'assemblaggio del serramento, pronto per essere montato. Quindi altre persone lavorano al settore montaggio, che ovviamente avviene sul posto.

### **Cosa fa in pratica il vostro clientemodello che ha bisogno di voi?**

Il nostro cliente in genere telefona qui in azienda oppure ci contatta

via internet, attraverso il nostro sito [infall.it](http://infall.it), dove si trova un modulo da compilare per richiedere un preventivo gratuito senza impegno. Il nostro cliente quindi ci contatta per chiedere un preventivo. Oppure viene direttamente qui in sede con le misure già prese.

### **Già, perché per fare un preventivo avete bisogno delle misure, giusto?**

Certamente. In questi ultimi tempi bisogna dire che molti clienti sono già preparati e vengono direttamente qui con le misure. Qualcuno invece chiama e preferisce che andiamo noi sul posto a prenderle. Questo noi lo facciamo tranquillamente senza impegno.

### **Dopo la misurazione, cosa succede?**

Si passa a preparare il preventivo. Se il cliente poi accetta, passiamo all'ordine del materiale, alla produzione e al montaggio finale.

### **In che modo vi fare conoscere al pubblico? Quali mezzi usate?**

Facciamo pubblicità in varie forme e partecipiamo alle fiere.

### **Quali sono le fiere dove non potete mancare?**

Sicuramente Bocchette Expò e poi l'Agrifiera di Pontasserchio.

### **Parliamo di lei, Guido. Che ruolo ricopre all'interno dell'azienda?**

Lavoro qui dal 1987. Mi sono sempre occupato della direzione. Dal 2004 sono amministratore.

### **C'è stato un cambiamento nel 2004?**

Sì, c'è stato il passaggio generazionale. Prima l'azienda era di mio zio Michelangelo Puccinelli. Nel 2004 c'è stato il cambiamento

del nome, che da Infall è diventato Infall 1961, e il passaggio dallo zio ai suoi tre nipoti: oltre a me, Michele Ceragioli, che si occupa del commerciale, dei contatti con i clienti e delle misurazioni esterne, e Riccardo Moriconi, che cura la parte amministrativa.

### **Infall ha sempre avuto la sua sede alle Bocchette?**

No. Nasce nel 1961 a Viareggio, sulla via Aurelia davanti all'Esselunga, dove a quell'epoca c'erano dei campi! Poi siamo venuti qui alle Bocchette, dove non c'era quasi nessuno.

### **Nel campo dei serramenti siete stati pionieri?**

Possiamo dire di sì. Sicuramente siamo tra i primi. Negli anni Sessanta il nostro era un tipo di lavoro pionieristico. Poi c'è da dire che l'alluminio, quello dorato, era considerato esteticamente brutto.

### **Esiste ancora?**

Sì. Però ne esistono versioni esteticamente migliori, colorate e verniciate, arrivate sul mercato negli anni Ottanta.

### **Il settore è in evoluzione?**

Sì. C'è la ricerca continua volta a migliorare le prestazioni termiche e di acustica, finalizzata all'adeguamento alle nuove normative, oltre al progredire dell'estetica riguardo le



colorazioni.

#### **Cosa va di moda?**

Al momento il pvc al posto dell'alluminio, per i serramenti nel settore dei privati. Lo abbiamo inserito circa quindici anni fa ed è stata una scelta azzardata, perché qui in zona non lo produceva nessuno.

#### **Come mai ha più successo dell'alluminio?**

Perché ha un miglior rapporto qualità - prezzo.

#### **Il settore serramenti risente della crisi?**

L'edilizia è in profonda crisi, nel senso che si costruisce poco e si lavora molto sulla ristrutturazione. Siamo legati al settore immobiliare, in crisi. Però possiamo dire che il mercato è vivo grazie anche alle agevolazioni introdotte per il risparmio energetico.

#### **C'è un aneddoto riguardo la storia dell'azienda che ricorda con piacere?**

Anni fa, dal 1975 al 1983, per la Knoll International, azienda leader nel settore dell'arredamento, abbiamo prodotto alcuni oggetti disegnati dal famoso designer Gae Aulenti, che sono esposti al Museo di Arte Moderna di New York.

#### **Di che oggetti si trattava precisamente?**

Poltrone, divani e mobili realizzati in alluminio.

#### **Da quanto tempo fate parte del Consorzio Le Bocchette?**

Da sempre! Mio zio Michelangelo è

stato socio fondatore del Consorzio.

#### **Lei è stato presidente, vero?**

Sì. Per il triennio 2008 - 2011. In precedenza avevo svolto anche il ruolo di vice-presidente. Ho sempre partecipato attivamente alla vita del Consorzio e sempre con immenso piacere.

#### **Da ex presidente, che messaggio può dare ai consorziati?**

Posso dire che l'esperienza come presidente ha rappresentato una notevole esperienza di vita, che mi ha permesso di conoscere esigenze, difficoltà oltre che panorami diversi rispetto a quelli che già conoscevo. Un'esperienza che ripeterei, senza nessun indugio. Avendola vissuta, la consiglierei a tutti quei soci che ad oggi, non sono mai entrati a far parte del direttivo del consorzio. Da ogni angolazione la si veda, è una grande esperienza che dà la possibilità di crescere e di arricchire le proprie conoscenze. Il ruolo di presidente è sicuramente impegnativo, ma concede anche grandi soddisfazioni che ripagano del tempo ceduto.

#### **Una critica da fare al mandato**

Potevamo fare di più... anche se ritengo che tutti gli imprenditori che negli anni hanno preso parte alla carica direttiva, così come tutti i Presidenti succedutisi, con i loro pregi ed eventuali difetti, abbiano indelebilmente lasciato il proprio contributo alla costruzione di un complesso sistema di conoscenze, sinergie ed

esperienze, dal nome Consorzio Le Bocchette.

#### **Un difetto dell'area Le Bocchette?**

C'è bisogno di riqualificare l'area. E' un progetto a cui stanno lavorando. E' iniziato nel periodo del mio mandato e penso che siamo vicini

alla realizzazione.

#### **Cosa si intende per "riqualificare l'area"?**

Si intende tutto quello che può far migliorare quest'area e renderla più vivibile, (considerando che è occupata da circa 2500 addetti) sia dal punto di vista "green" che dal punto di vista sociale: il verde, i parcheggi, le strutture migliorate a livello estetico, i marciapiedi, le asfaltature, la viabilità...

#### **Un pregio dell'area?**

La sua sinergia e la sua dimensionalità. Mi spiego meglio: la fortuna ha voluto che, più o meno sedici anni fa, le aziende abbiano avuto la grande intuizione di unirsi, di costituire una grande rete, che le unisse in un unico grande ed ambizioso scopo: cercare di ottenere maggiore visibilità all'interno di un'area circoscritta, a loro dedicata, che aveva la necessità di essere migliorata ed arricchita dal punto di vista delle infrastrutture e dell'arredo urbano. Da allora un numero crescente di imprese ha creduto e continua a credere in questa grande realtà.

Queste circa 100 aziende che, consorziate, hanno acquistato importanza e visibilità. Hanno la possibilità di farsi vedere, cosa che da aziende singole non sarebbe possibile.

#### **CHI ABBIAMO INTERVISTATO:**

Guido Puccinelli

Nato a: Viareggio

Il: 4 settembre 1967

Di cosa si occupa: direzione dell'azienda

Come ha iniziato: lavorava in un'altra azienda di famiglia (una ferramenta); dopo il militare è entrato alla Infall

INFALL 1961 srl

Capezzano Pianore (LU)

via dei Metalmeccanici n. 57

tel. 0584 969644 fax 0584 969571

e-mail: infall@infall.it

www.infall.it



# TIRRENA CARRI



## CONCESSIONARIA FIAT PROFESSIONAL IN VERSILIA



Punto Vendita  
Via Scirocco 26/b  
Loc. Cotone  
Viareggio (LU)  
tel. 0584/370892  
fax 0584/370943  
info@tirrenacarri.it  
www.tirrenacarri.it



**Roberto Grasso** (Viareggio, 18 Maggio 1969) è un Dottore Commercialista e Revisore contabile. Esperto certificato in consulenza aziendale e direzionale. Tiene regolarmente corsi sulla gestione dell'impresa presso aziende, consorzi e varie istituzioni. E' membro del Consiglio di Amministrazione del Consorzio "Le Bocchette" e sindaco revisore in diversi collegi sindacali.

# RENDICONTO FINANZIARIO E FLUSSI DI CASSA: COSA GUARDARE?

UN APPROFONDIMENTO SUL RENDICONTO FINANZIARIO, CON INDICAZIONI OPERATIVE

In questo articolo affrontiamo l'argomento dei **"flussi di cassa"** a mio parere di rilevanza primaria nel giudicare il bilancio di una società. L'analisi dei flussi di cassa e della liquidità aziendale è fondamentale per garantire il futuro della stessa e soprattutto per fornire una risposta immediata alle seguenti domande:

Nel periodo analizzato l'azienda ha generato o assorbito liquidità?  
Come è stata impiegata la liquidità?  
Quali sono state le principali fonti di finanziamento utilizzate?  
Da dove deriva la differenza tra il risultato economico e risultato finanziario?

Lo strumento utilizzato per fare questo tipo di analisi è chiamato **"RENDICONTO FINANZIARIO"**, documento che comincia ad essere sempre più frequente nei bilanci e nei documenti aziendali.

Lo scopo del **rendiconto finanziario** è quello di analizzare tutti i flussi di cassa (in inglese appunto "cash flow") che sono avvenuti durante un determinato arco di tempo in tutte le attività di un'azienda (gestione operativa, gestione patrimoniale e di investimento, gestione finanziaria), e indica la capacità dell'impresa di generare liquidità.

Il bilancio di esercizio è composto

normalmente dallo stato patrimoniale, che riporta gli impieghi e le fonti di finanziamento riferiti alla data di bilancio e dal conto economico, che evidenzia il risultato economico del periodo riportando un'analisi dei costi e dei ricavi. Il rendiconto finanziario fornisce un'informazione aggiuntiva, infatti tiene conto dei dati contenuti sia nel conto economico che nello stato patrimoniale evidenziando tutte le variazioni intervenute negli impieghi e nelle fonti in un certo intervallo di tempo (in genere tra due esercizi successivi) e le cause di tali variazioni indicando in modo chiaro **dove viene assorbita e generata la liquidità aziendale.**

Specifichiamo che il **rendiconto finanziario è uno strumento utilizzato per analizzare ciò che è successo** con evidenziazione della liquidità generata o assorbita nell'anno, ma non per pianificare i flussi finanziari futuri, poiché per tale scopo è necessario predisporre un piano di tesoreria o una pianificazione finanziaria specifica.

Per analizzare i flussi di cassa e come viene generata/assorbita la liquidità aziendale, seguiamo la costruzione di un rendiconto finanziario attraverso alcuni punti:

A) Iniziamo dal  **margine operativo aziendale al lordo degli ammortamenti (MOL)**, ossia dalla differenza

tra ricavi e costi relativi all'attività caratteristica dell'azienda. L'informazione viene presa dal conto economico dell'azienda per il periodo analizzato. (nel bilancio CEE è possibile calcolare il MOL come differenza fra aggregato A e aggregato B sommando gli ammortamenti al punto b10). Il MOL è un'informazione importantissima e un indicatore sempre più utilizzato come dato di riferimento per le analisi. Da ciò è possibile verificare la potenzialità finanziaria dell'azienda.

B) Una volta calcolato il MOL è necessario verificare le **variazioni avvenute nei crediti verso clienti, nei debiti verso fornitori e nel valore di magazzino**, tenendo ben presente che un aumento dei crediti verso clienti e un aumento del magazzino assorbono liquidità mentre un aumento dei debiti verso fornitori genera liquidità a fronte però di un maggior indebitamento. Tutte queste variazioni vengono sommate al MOL e troviamo così il **saldo della gestione corrente**. E' fondamentale calcolare bene l'impatto finanziario di un aumento dei crediti da incassare e delle eventuali politiche di magazzino, poiché molte volte le variazioni incontrollate di queste voci di bilancio sono la causa di incagli finanziari.

C) Successivamente si calcola la **variazione avvenuta negli altri debiti e crediti** sommando anche eventuali

variazioni nel **valore delle immobilizzazioni** avvenuto nel corso dell'anno (acquisto immobilizzazioni o vendita).

D) Si passa poi alla gestione finanziaria, quantificando le rate rimborsate dei **mutui e dei finanziamenti** in essere e aggiungendo eventuali altri mutui o finanziamenti acquisiti. Al risultato ottenuto si sommano gli eventuali versamenti o **prestiti effettuati dai soci** e si sottraggono eventuali prelievi e rimborsi.

E) In ultima analisi si tiene conto di eventuali **operazioni straordinarie**

(in entrata o in uscita) e si sottraggono le imposte pagate.

Seguendo i vari punti elencati è possibile ricostruire l'andamento della liquidità aziendale individuando i punti critici. E' di fondamentale importanza capire se la gestione operativa genera/assorbe liquidità e quali sono le motivazioni di tali variazioni. Infatti è opportuno prestare particolare attenzione alle voci relative al magazzino, alla variazione dei crediti verso clienti e ai debiti verso fornitori, valutando bene anche eventuali utilizzi di anti-

cipi fatture e sbf. A volte ci possiamo trovare di fronte a situazioni in cui la gestione operativa assorbe liquidità che viene generata esclusivamente dalla gestione accessoria o straordinaria. In questo caso se non vengono presi gli opportuni provvedimenti la situazione finanziaria potrebbe progressivamente peggiorare con gravi conseguenze per la continuità aziendale.

A questo punto vediamo attraverso un esempio pratico cosa c'è nel rendiconto finanziario:

RENDICONTO FINANZIARIO	2008	2009	2010
<b>CASH-FLOW (MARGINE OPERATIVO LORDO) - Gestione Corrente</b>	+108.045	+117.870	+130.154
Variazione Clienti	-2.841	-4.236	-34.320
Variazione Fornitori	+16.906	+867	+9.338
Variazione Magazzino	-21.653	-2.448	+14.804
<b>Saldo finanziario da GESTIONE CORRENTE</b>	<b>-7.588</b>	<b>-5.817</b>	<b>-10.177</b>
<b>FLUSSO CORRENTE - Gestione Accessoria</b>	+100.457	+112.053	+119.977
Variazione Debiti	+4.078	+8.864	+9.711
Variazione Crediti	-5.525	+2.416	-84
Variazione Immobilizzazioni	-40.980	-19.041	-846
<b>Saldo finanziario da GESTIONE ACCESSORIA</b>	<b>-42.428</b>	<b>-7.761</b>	+8.782
<b>FLUSSO OPERATIVO</b>	+58.029	+104.292	+128.758
<b>Gestione Finanziaria/Patrimoniale</b>			
Finanziamenti e Prestiti	-86.719	-60.537	-109.311
Oneri/Proventi Finanziari	+6.582	-5.642	-940
Variazione Patrimonio netto	+554	+901	+2.069
<b>Saldo finanziario da GESTIONE FINANZIARIA</b>	<b>-79.583</b>	<b>-65.279</b>	<b>-108.183</b>
Imposte e gestione straordinaria	+7.881	+8.644	+300
<b>FLUSSO TOTALE</b>	<b>-13.673</b>	+47.657	+20.876
<b>ANALISI LIQUIDITA'</b>	2008	2009	2010
Liquidità Iniziale (Cassa + Banca c/c)	+146.243	+132.570	+180.227
Flusso finanziario TOTALE	-13.673	+47.657	+20.876
Liquidità Finale (Cassa + Banca c/c)	+132.570	+180.227	+201.103

Dall'esempio è possibile vedere che la società nel 2008 ha perso liquidità (-13.673) mentre nel 2009 e 2010 l'ha generata (rispettivamente +47.657 e +20.876). Da notare che nel 2010 l'azienda ha migliorato il CASH-FLOW (+130.154) e ciò gli ha permesso di sostenere una gestione finanziaria molto pesante (-108.183) dovuta a pagamenti consistenti di rate di mutuo e finanziamenti.

L'importanza di un rendiconto finanziario viene evidenziata anche dal

fatto che un'azienda dovrebbe sapere sempre quanta liquidità operativa è in grado di generare in modo da calcolare perfettamente la sostenibilità di eventuali piani finanziari e mantenere costante l'equilibrio economico-finanziario, evitando di rischiare incagli e aumenti incontrollati dell'indebitamento.

In linea generale analizzando i flussi di cassa, è importante aver presente almeno gli ultimi 3 anni di operazioni

della società in questione (addirittura 5 per situazioni particolari) in modo da poter valutare meglio la capacità finanziaria e la dinamica dell'azienda nell'ottica di una pianificazione futura.

In conclusione, è fondamentale riuscire ad imparare bene a leggere il rendiconto finanziario, poichè è il documento dal quale possiamo trarre il maggior numero di informazioni sul reale andamento societario.

## Calzaturificio Paoli s.r.l.

SETTORE MERCEOLOGICO:  
Calzaturiero

**COSA FA:** Nasce nei primi anni ottanta e da più di 30 anni offre i migliori prodotti di qualità a prezzi competitivi. Forte della propria esperienza e del contatto quotidiano con la clientela, propone da sempre una variegata gamma di calzature per uomo, donna e bambino, con un catalogo di prodotti variegato.

I soci dell'azienda curano personalmente il ciclo produttivo e di ricerca, avvalendosi di uno staff altamente professionale.

Grazie alla costante innovazione tecnologica e alla diversificazione dei prodotti, crea soluzioni adatte a target e stili diversi: da quello trend a quello sportivo a quello classico.

**PAOLI s.r.l.**  
**CALZATURIFICIO**

**DOVE SI TROVA:** Capezzano Pianore – Via del Commercio n.12/14

**CONTATTI:** tel. 0584 969520  
fax. 0584 969497  
calpaoli@ats.it; info@paolifirenze.it

## Color-Dec Italy s.r.l.

SETTORE MERCEOLOGICO:  
Decorazione di materie plastiche

**COSA FA:** Da oltre 25 anni leader nella decorazione di materie plastiche, COLOR-DEC ITALY è una azienda specializzata nella progettazione e costruzione di impianti per la deposizione di resine poliuretatiche trasparenti e per la realizzazione di una ampia tipologia di emblemi, nonché punto di riferimento a livello internazionale nel campo della decorazione delle materie plastiche.

Grazie alla comprovata esperienza, ad un servizio tecnico-commerciale preparato ed alla costante innovazione apportata ai propri sistemi, COLOR-DEC ITALY è uno dei protagonisti mondiali nel settore del Domes, proponendosi come partner solido ed affidabile.

**COLOR-DEC®**

**DOVE SI TROVA:** Capezzano Pianore – Via dei Metalmeccanici n.41

**CONTATTI:** tel. 0584 3256  
fax. 0584 969746  
www.color-dec.it  
info@color-dec.it

## CTN s.r.l.

SETTORE MERCEOLOGICO:  
Carpenteria specializzata

**COSA FA:** Nasce nel 1965 come azienda altamente specializzata nella lavorazione dell'acciaio inossidabile e leghe leggere. Si occupa anche della pulitura e della lucidatura metalli. Nel corso dei decenni, grazie alla piccola dimensione, che le permette snellezza organizzativa, ha saputo adattare la propria attività alle esigenze del mercato. Quest'azienda, che tramanda un'eccellenza della carpenteria di padre in figlio, ha sempre operato nel raggio d'azione di Viareggio espandendosi anche nelle zone di Livorno e La Spezia con una parentesi di permanenza nella zona industriale delle Bocchette. Attualmente il nuovo stabilimento, ampliato e migliorato anche dal punto di vista della sicurezza e delle tecnologie ha sede a Viareggio nella nuova zona industriale di Bicchio.



**DOVE SI TROVA:** Viareggio, zona Industriale Bicchio – Via Maestrale, int.A

**CONTATTI:** tel. 0584 610079  
fax. 0584 963386  
info@ctn-srl.it

## Emmepi Pubblicità

SETTORE MERCEOLOGICO:  
Agenzia pubblicitaria e di servizi

**COSA FA:** Opera nel settore del merchandising a 360° dal 2002. L'approccio pratico dell'azienda, fa sì che riesca a garantire al cliente, in relazione alla sua attività economica ed ai suoi obiettivi di comunicazione, una corretta realizzazione e gestione del merchandise aziendale. Attraverso il costante aggiornamento e l'attenzione ai bisogni del cliente, l'azienda garantisce un'elevata professionalità e la massima visibilità, nei progetti di comunicazione. Un'eccellenza che si occupa di ogni aspetto: dalla cartellonistica ai gadgets, a prodotti e abbigliamento antinfortunistica e promozionale.



**DOVE SI TROVA:** Viareggio – Via A. Fratti n.730

**CONTATTI:** tel. 0584 53408  
fax. 0584 53408  
emmepipubblicita@email.it

## Nuova E.L.S.A. s.n.c.

SETTORE MERCEOLOGICO:  
Assistenza e riparazione elettrodomestici

**COSA FA:** Da più di 25 anni si offre, con rinomata esperienza e qualità del servizio, come Centro di Assistenza Tecnica e riparazione a domicilio di elettrodomestici plurimarche. Tra i variegati marchi di fabbrica emergono le prestigiose case, quali Ariston, Indesit, e Hot-point ecc. L'azienda è in grado di offrire un servizio completo, dalla riparazione, alla sostituzione ed all'installazione. La piena soddisfazione del cliente e l'efficienza tecnica, oltre che la velocità e la cortesia sono fiori all'occhiello di questa Azienda.



**DOVE SI TROVA:** Capezzano Pianore – Via del Calzolai n.50

**CONTATTI:** tel. 0584 969628  
fax. 0584 30217  
elsa97@interbusiness.it

## Studio Giomi Pietro

SETTORE MERCEOLOGICO:  
Consulenza amministrativa

**COSA FA:** Lo studio Pietro Giomi è uno studio di consulenza amministrativa, fiscale e tributaria. Fondato nel 1964, è oggi il risultato della più che trentennale esperienza professionale del Rag. Pietro Giomi, nato nell'area amministrativa di differenti tipologie di aziende, iscritto all'albo dal 1968. Lo Studio offre una vasta gamma di servizi di consulenza, volti a fornire al cliente un'assistenza completa in ambito amministrativo, fiscale e tributario. Opera all'interno delle diverse organizzazioni con competenze specialistiche nella consulenza contrattuale, tecnico-giuridica, aziendale, tributaria, amministrativa e di controllo di gestione. Da diversi anni il Tribunale di Lucca gli affida incarichi in procedure concorsuali nonché nomina di liquidatore aziendale.

**Studio Giomi Pietro**

**DOVE SI TROVA:** Capezzano Pianore – Via dei Carpentieri n.10

**CONTATTI:** tel. 0584 969522  
fax. 0584 969513  
giomipietro@tiscali.it



# VERSILFUNGO:

TUTTI I FUNGHI CHE ARRIVANO SULLA VOSTRA TAVOLA PASSANO DI QUI!

A cura di Cinzia Donati

Da anni la Versilfungo importa e distribuisce funghi freschi, congelati, secchi e in salamoia. Dalla sede centrale di Capezzano Pianore, con propri automezzi, i prodotti vengono distribuiti capillarmente alla clientela di tutto il territorio locale e nazionale.

## In che anno nasce Versilfungo?

Nel 1986.

## Ha sempre avuto sede a Capezzano Pianore?

Sì. Abbiamo una sede "storica" in via dei Calzolari, che al momento utilizziamo come sede sociale, poi ne abbiamo un'altra più nuova in via dei Ghivizzani.

## Nella sede di via dei Ghivizzani cosa c'è?

Tutta la parte operativa. Gli uffici amministrativi, il laboratorio per la lavorazione del prodotto e il deposito per gli alimenti freschi e congelati.

## In poche parole, l'azienda di cosa si occupa?

L'azienda nasce per l'importazione e la commercializzazione di funghi freschi, secchi e congelati, di origine spontanea o di origine coltivata.

## Qual è il vostro raggio di azione?

Lavoriamo a livello internazionale. Acquistiamo dall'Europa e commercializziamo per il 90% in Italia e per il restante 10% in paesi europei.

## Da dove arrivano i vostri funghi?

Principalmente dalla ex Jugoslavia, Ungheria, Turchia, Estonia, Lettonia, Romania, Bulgaria, Cina.

## Vi rifornite da chi ha disponibilità?

Abbiamo dei fornitori esteri collaudati da tempo, con cui lavoriamo da decenni.

## Vi mandano il prodotto finito e pronto per la vendita?

Dipende dai casi. Qualcosa arriva già pronto per passare alla distribuzione, qualcosa invece arriva da confezionare e noi lo confezioniamo prima di passare alla distribuzione sul mercato.

## Dove distribuite i vostri funghi?

I nostri clienti sono le aziende e i grossi gruppi di distribuzione alimentare.

## Qualche esempio?

Tanto per fare qualche nome: Coop, Esselunga, Carrefour, Metro, Conad. Possiamo dire tranquillamente che lavoriamo con tutti e che non manca nemmeno un nome nella grande distribuzione. In altre parole: tutti i funghi che arrivano sulle tavole, passano da noi!

## Davvero?

In tutto il centro Italia, fino a Roma, sì! Quando una persona va al supermercato e compra funghi freschi, può stare sicura che quei funghi sono passati da noi!

## Vi occupate anche di controllare il prodotto che vi arriva?

Nell'organico dell'azienda abbiamo un micologo, cioè un esperto di funghi,

che certifica la qualità del prodotto. Ne verifica anche la freschezza, al fine di decidere se si tratta di un prodotto destinato ad essere venduto fresco o a essere seccato.

**I funghi sono prodotti delicati, vero?**

Certamente! Sono organismi viventi, anche dopo essere stati colti. Perciò vanno sistemati nel giro di 24 ore al massimo. Il ciclo di lavorazione è molto veloce.

**Come si svolge, a grandi linee, il ciclo di lavorazione?**

I prodotti arrivano qui da noi più o meno a metà pomeriggio. Dopo 24 ore abbiamo già reimesso tutto sul mercato, per quanto riguarda il prodotto fresco.

**Il secco ha tempi differenti?**

Sì. I funghi secchi arrivano già pronti per essere confezionati. Il confezionamento può essere fatto senza problemi di tempo. Stessa cosa anche per il congelato.

**Il vostro settore è in crisi o procede bene?**

Possiamo dire che di tutti i settori, quello alimentare non ha subito quella crisi che si è registrata ovunque. Ha subito una diminuzione dei prezzi, ma questo non è riscontrabile dal consumatore finale. E' diminuito il prezzo di alcune materie prime.

**Qual è la filosofia dell'azienda?**

Io dico sempre che "il prezzo indica la qualità del prodotto".

**Cioè?**

Qualità e prezzo sono direttamente proporzionali. Se vogliamo scendere con il prezzo e spendere meno, è ovvio che scende anche la qualità del prodotto. Chi insegue il prezzo basso è destinato a chiudere, perché ci sarà sempre sul mercato chi vende a meno. E' come nel Far West: c'è sempre chi spara prima di te!

**Ah! Non ci avevo pensato!**

Io sono un maniaco dell'alimentazione! Mi documento perché non vendo funghi, ma qualità e consigli! Poi mi documento anche per passione personale. Comunque non insegue la politica del prezzo più basso. E' logico che tutto serve sul mercato, anche il discount, ci mancherebbe! Però il con-



sumatore deve capire che se cambia il prezzo, cambia anche la qualità del prodotto in maniera direttamente proporzionale.

**La vostra azienda procede bene?**

Siamo in crescita.

**Avete tanta concorrenza?**

No. In tutta Italia siamo circa sette-otto aziende ad occuparci di questo tipo di prodotto.

**Da quanto tempo fate parte del Consorzio Le Bocchette?**

Siamo tra i fondatori del Consorzio, siamo consorziati da sempre!

**Partecipate attivamente alla vita del Consorzio?**

Poco. Per motivi di tempo, deleghiamo.

**Secondo lei, cosa si potrebbe migliorare all'interno del Consorzio?**

In base alle normative fiscali, le aziende che lavorano sul territorio potrebbero godere di alcuni vantaggi. Forse il Consorzio potrebbe aiutare queste aziende ad usufruire un po' di più di questi vantaggi.

**Cosa vede nel futuro della Versilfungo?**

Abbiamo bisogno di più spazio. Ampliare l'azienda vuol dire anche mettere a lavorare più persone. Qui alle Bocchette lo spazio che abbiamo, nonostante sia già grande, non ci basta più. Per il lavoro che intendiamo andare a sviluppare con alcuni clienti, questo spazio è poco. Al momento stiamo lavorando a regime al 100% e

non possiamo aumentare per motivi di spazio. Perciò stiamo valutando l'ipotesi di trasferirci in uno spazio più grande.

**Dove?**

A Migliarino Pisano.

**Quante persone lavorano in azienda?**

Al momento circa quindici persone.

**Di cosa si occupano?**

Quattro seguono l'amministrazione, due si occupano della vendita, il resto sono in laboratorio e addetti alla produzione.

**Quanti soci siete?**

Due. Io, che mi occupo del settore conservato, e Riccardo Romanini, che si occupa del settore fresco. A partire dal nome in poi, tutto quello che c'è adesso, lo abbiamo costruito noi.

**CHI ABBIAMO INTERVISTATO:**

Ivano Lemmetti

Nato a: Camaione

Il: 29 ottobre 1956

Di cosa si occupa: responsabile vendite del settore conservato

Come ha iniziato: ha imparato tutto sul campo, iniziando in questa stessa azienda a diciotto anni

VERSILFUNGO srl

Capezzano Pianore (LU)

via dei Calzolai

tel. 0584 969436 fax 0584 969428

e-mail: info@versilfungo.com

www.versilfungo.com





**Prof. Nicola Enrico Lattanzi.** Economista, Professore associato di economia aziendale presso il Dipartimento di economia Aziendale dell'Università di Pisa. Presidente del Distretto Industriale Lapideo ApuoVersiliese, nonché Presidente del Comitato Tecnico Scientifico del Premio L'Alveare.

A cura di Chiara Serreli

# IL GRANDE VALORE DELLE PMI: IDENTITÀ PRODUTTIVA E CONSAPEVOLEZZA STRATEGICA

Con immenso piacere ci confrontiamo con il Prof. Nicola Enrico Lattanzi.

La chiacchierata ci porta inevitabilmente a parlare di un tessuto che conosciamo bene, quello delle micro, medie imprese, il più grande valore per il nostro territorio.



Chiediamo subito al Professore, qual'è a suo avviso il modo migliore per combattere la crisi? (ammesso che ci sia un modo o una maniera..) A livello di PMI il recupero di una più piena consapevolezza artigianale e manifatturiera può esercitare effetti positivi: anche il settore dell'artigianato rappresenta oltre che un grande patrimonio culturale, una risorsa economica e produttiva fondamentale. Sappiamo infatti che un tessuto produttivo diffuso, costituito da microimprese, da laboratori e da pic-

cole e medie aziende, in molti casi, fortemente radicate nei territori di appartenenza, ha un valore economico inestimabile. **Essere consapevoli delle proprie specificità, delle proprie originalità, della propria storicità**, è uno dei modi più naturali per superare certe difficoltà. Sappiamo infatti che i valori delle imprese artigiane sono frutto di una lunga tradizione artistica e produttiva, radicata nei territori di appartenenza e difficilmente replicabili altrove. Oltre a questo basilare punto di partenza, le aziende devono ricercare un dialogo continuo con il sistema del credito affinché esso sviluppi quella sensibilità alla misura dei patrimoni intangibili delle aziende

che tanto cari sono a Basilea 2 ed in futuro a Basilea 3 e dunque consenta anche di premiare la fiducia finanziaria di quelle aziende che si caratterizzano per la vivacità dei propri percorsi strategici. Il Sistema produttivo, come ad esempio quello delle imprese delle Bocchette, dovrà pertanto ricercare le specificità, riscontrabili unicamente nelle realtà artigianali. **L'artigianato va difeso**, così come vanno difese le sue specificità e le sue originalità. L'artigianato è altresì portatore di "Valore Sociale" crea oc-

cupazione diffusa, oltre che stabilità sociale e possibilità di sviluppo futuro. Molti territori sono caratterizzati da produzioni di antica tradizione a rischio di estinzione a causa della mancanza di ricambio generazionale. L'artigianato è il primo volano per uno sviluppo economico sostenibile anche in aree di sottosviluppo.

A tal proposito chiediamo al professore, la sua valutazione sul fare sistema, ma soprattutto sul sistema di reti, di cui tanto oggi si parla.

La risposta, risulta essere chiarissima: essere inseriti in un sistema di RETI, basato non più esclusivamente sulle relazioni ma in primis, su un sistema di competenze, garantisce vantaggi notevoli. Il sistema tradizionale della filiera produttiva si è ormai



modificato ed oggi il perimetro aziendale è notevolmente esteso, globalizzato. Siamo entrati nell'era dell'ICT (information and Communication Technology), dove non si può e non si deve rimanere confinati al mercato domestico: l'internazionalizzazione è diventata un dovere per conquistare nuove quote di mercato e anche per difendere quelle già acquisite.

Quindi se potesse suggerire alcune priorità per il futuro, cosa consiglierebbe? Quattro - cinque semplici indirizzi: la difesa e la valorizzazione tecnologica del lavoro manuale e manifatturiero, che spesso è poco apprezzato; la salvaguardia della propria identità, quindi il senso di appartenenza all'impresa e l'orgoglio di far parte di una particolare categoria; il dialogo con il sistema del credito per comunicare la propria identità strategica e in ultima analisi, ma non per ordine di importanza, l'organiz-



zarsi in reti o consorzi, per comunicare la forza ed il valore di una molteplicità di individualità imprenditoriali in stretto rapporto le une con le altre. Cosa dobbiamo aspettarci per il futuro? E' evidente che dalla crisi si uscirà ma lo si potrà fare con la consapevolezza che ci attende un periodo molto difficile. Dobbiamo essere **prudenti e pronti** ad assumerci i rischi futuri, sapendo che le difficoltà perdureranno ancora per diversi anni. Occorre organizzarsi ed agire, identi-

ficando, sin da subito, azioni concrete atte a cogliere tutte le opportunità e le sfide che il futuro ci riserverà. Difficile delineare gli scenari futuri, pare comunque emergere una situazione all'interno della quale gli imprenditori saranno chiamati ad agire con la consapevolezza quotidiana di più fattori: tempestività dell'agire, incertezza, filiera produttive in fase di riconfigurazione e soprattutto mercato del lavoro e delle competenze in continua evoluzione.

SEA RISORSE S.p.A., è una società mista pubblico-privata che opera nel settore ambientale, è la prima società Toscana, ed una delle prime in Italia, nata per gestire nella sua globalità un sistema di raccolta differenziata ed in particolare nei comuni di Viareggio e Camaiore. A partire da Gennaio 2007 ha implementato il servizio di TRASPORTO E SMALTIMENTO RIFIUTI SPECIALI (quelli derivanti da Attività agricole e agro-industriali, Lavorazioni artigianali, Attività commerciali, Attività di servizio ecc.). Sea Risorse ha attivato un'organizzazione che si avvale di strutture ed attrezzature all'avanguardia tra le quali si annoverano impianti trattamento rifiuti speciali, valorizzazione della raccolta differenziata e numerosi mezzi. La conoscenza capillare del territorio e delle realtà aziendali ci consentono di comprendere al meglio le Vostre problematiche ambientali e di far fronte ad ogni esigenza di smaltimento grazie ad uno staff qualificato ed adeguatamente formato, in particolare il settore dei rifiuti speciali è curato da un apposito ufficio tecnico/commerciale costituito da due ingegneri, uno chimico ed uno ambientale pertanto è anche possibile usufruire di un servizio di tenuta registri e compilazione MUD. I nostri tecnici si dedicano inoltre ad informare sui metodi per l'incremento ed il miglioramento della raccolta differenziata, evidenziando le categorie di rifiuti per i quali il servizio di raccolta è gratuito e le procedure attraverso le quali è possibile l'ottenimento di sgravi sulla TIA e sulla TARSU. Sea Risorse è una società che ha fatto della tutela e salvaguardia dell'ambiente la propria missione ed opera al servizio della collettività con l'obiettivo di rendere efficienti i servizi di igiene ambientali ed incrementare la raccolta differenziata.

**SEA RISORSE S.p.A.**

SEDE LEGALE - 55049 VIAREGGIO (LU) Italia - Vietta Comparini, 186  
Tel. +39 0584 38601 - Fax. +39 0584 3860224 - E-mail: [info@searisorse.it](mailto:info@searisorse.it) [www.searisorse.it](http://www.searisorse.it)



UNA MANO PER LA RIPRESA

I NOSTRI SOCI  
E CLIENTI  
CI AFFIDANO  
I LORO RISPARMI.

NOI LI INVESTIAMO  
SUL LORO TERRITORIO.

E' COSI' CHE FACCIAMO  
GIRARE L'ECONOMIA LOCALE.



**Banca Versilia**  
**Lunigiana e Garfagnana**

Sede e Direzione Generale  
in Pietrasanta, via Mazzini 80  
tel. 0584 7371 - [www.bccversilia.it](http://www.bccversilia.it)

Camaiore, Piazza XXIX Maggio, 26 - tel. 0584 984857

Capezzano Pianore, Via Sarzanese, 121 - tel. 0584 915025

Lido di Camaiore, Viale Kennedy c/o Esselunga - tel. 0584 610275

altre agenzie in Pietrasanta, Marina di Pietrasanta, Forte dei Marmi, Querceta, Ripa,  
Pontestazzemese, Viareggio, Stiava, Sarzana, Borghetto Vara, Gramolazzo, Piazza al Serchio,  
Camporgiano loc. Filicaia, Castelnuovo Garfagnana, Galliciano